

Рассмотрено на заседании

Ученого совета

Протокол № 5

от « 28 » 12 2018⁷

«УТВЕРЖДАЮ»

РЕКТОР МУА

САНЖАРБЕК ЭРДОЛАТОВ



от « 28 » 12 2018⁷ г.

Положение об отделе маркетинга международного университета «Ала-Тоо»

1. Общие положения

1.1. Наименование подразделения – Отдел Маркетинга международного университета «Ала-Тоо».

1.2. Порядок образования и ликвидации подразделения.

1.2.1. Отдел маркетинга создается и ликвидируется приказом ректора международного университета «Ала-Тоо».

1.3. Руководство и подчиненность подразделения.

1.3.1. Отдел маркетинга возглавляет директор, который назначается на должность приказом ректора международного университета «Ала-Тоо».

1.3.2. Отдел маркетинга подчиняется непосредственно ректору международного университета «Ала-Тоо».

1.4. Состав подразделения.

1.4.1. Состав отдела маркетинга определяется согласно штатному расписанию, утвержденного ректором международного университета «Ала-Тоо».

1.4.2. Штат отдела маркетинга состоит из 3 работников:

а) Пресс-Секретарь и Директор отдела;

б) Специалист по связям с общественностью;

в) Специалист по продвижению в социальных медиа (SMManager).

1.4.3. Работники отдела маркетинга принимаются на работу и переводятся на должности отдела приказом ректора международного университета «Ала-Тоо» по представлению директора отдела маркетинга.

1.5. Нормативная база деятельности подразделения.

1.5.1. Свою деятельность отдел маркетинга осуществляет на основе:

- Устава международного университета «Ала-Тоо»;
- настоящего Положения;
- трудового законодательства Кыргызской Республики.

2. Задачи и цели отдела маркетинга

2.1. Задачи отдела маркетинга..

2.1.1. Разработка, осуществление политики международного университета «Ала-Тоо» по направлению связи с общественностью и рекламной деятельности и контроль за ее выполнением.

2.1.2. Представление публичных интересов международного университета «Ала-Тоо» с внешними контрагентами.

2.1.3. Анализ работы международного университета «Ала-Тоо» в сфере связи с общественностью и рекламной деятельности.

2.1.4. Повышение эффективности работы международного университета «Ала-Тоо» в направлении связи с общественностью и рекламной деятельности.

2.2. Цели отдела маркетинга.

2.2.1. Определение основных направлений деятельности международного университета «Ала-Тоо» в области связей с общественностью и рекламной деятельности.

2.2.2. Выполнение представительских функций при взаимодействии со средствами массовой информации, общественными и коммерческими организациями, а также физическими лицами.

2.2.3. Принятие решений о проведении комплексных исследований общественного мнения с целью корректировки существующих планов, программ и концепции внешней и внутренней политики международного университета «Ала-Тоо» в области маркетинга.

2.2.4. Выступление с предложением по повышению эффективности деятельности международного университета «Ала-Тоо» на основе результатов изучения общественного мнения.

2.2.5. Осуществление контроля деятельности международного университета «Ала-Тоо» в области маркетинга.

2.2.6. Обеспечение своевременного устранения недостатков в деятельности организации, оказывающих негативное влияние на репутацию организации.

2.2.7. Информирование вышестоящего руководства, а также руководителей структурных подразделений международного университета «Ала-Тоо» (ректорат, деканаты) по всем вопросам, связанным с деятельностью в сфере связей с общественностью и информационно-рекламной политикой.

2.2.8. Выполняет информационное сопровождение новых направлений деятельности международного университета «Ала-Тоо».

2.2.9. Совершенствование деятельности международного университета «Ала-Тоо» на основе внедрения передовых технологий в области маркетинга.

2.2.10. Координация работы структурных подразделений международного университета «Ала-Тоо» по реализации общих идей в области рекламы и связей с общественностью.

2.2.11. Выбор форм и методов взаимодействия с общественностью, организациями, средствами массовой информации.

2.2.12. Прием документов абитуриентов в международный университет «Ала-Тоо».

2.2.13. Осуществление рекламной деятельности посредством командировок по территории Кыргызской Республики.

2.2.14. Ведение профориентационной работы в кампусе международного университета «Ала-Тоо» посредством проведения дней открытых дверей.

2.2.15. Создание позитивного образа университета в “глазах” общественности.

3. Права и обязанности

3.1. Отдел маркетинга по вопросам своей компетенции имеет право:

3.1.1. Давать обязательные для исполнения указания деканам факультетов, заведующим кафедрами для проведения совместных мероприятий.

3.1.2. Запрашивать и получать необходимую информацию и документы.

3.1.3. Представлять международный университет «Ала-Тоо» в отношениях с государственными и муниципальными органами, другими предприятиями, учреждениями, организациями.

3.1.4. Проводить совещания, либо участвовать на общих собраниях по вопросам маркетинга.

3.1.6. Выступать с инициативой принятия локального нормативного акта.

3.1.7. Взаимодействовать с другими структурными подразделениями международного университета «Ала-Тоо» (деканаты, кафедры, институты) в мероприятиях, направленных на узнаваемость ВУЗа.

3.2. Отдел маркетинга обязан:

3.2.1. Соблюдать трудовое законодательство и иные нормативные правовые акты, содержащие нормы трудового права, локальные нормативные акты, условия коллективного договора, соглашений и трудовых договоров.

3.2.2. Своевременно выполнять приказы и распоряжения ректора международного университета «Ала-Тоо».

3.2.3. Соблюдать правила внутреннего трудового распорядка, трудовую дисциплину, требования по охране труда и обеспечению безопасности труда, выполнять установленные нормы труда.

3.2.4. Бережно относиться к имуществу работодателя и других работников.

3.2.5. Предоставлять информацию, необходимую работнику в связи с осуществлением им своей трудовой деятельности. Предоставлять информацию, необходимую ректору международного университета «Ала-Тоо», руководителям других структурных подразделений по вопросам своей деятельности.

3.2.6. Осуществлять свою деятельность в строгом соответствии с предписаниями настоящего Положения.

3.3. Обязанности сотрудников отдела маркетинга МУА.

3.3.1. Обязанности директора отдела маркетинга:

- Контроль за исполнением обязанностей сотрудников отдела маркетинга.
- Контроль за распределением рекламных материалов.
- Ведение документационной части отдела маркетинга.
- Организация рекламной деятельности университета
- Написание стратегического плана по развитию отдела, годового отчета и плана работы на последующий год.
- Предоставление отчета по выполненной работе.
- Ведение деятельности в составе приемной комиссии на летний период работы

3.3.2. Обязанности специалиста по связям с общественностью отдела маркетинга.

- Создание и обновление базы данных школ, университетов и административных ведомств Кыргызской Республики.
- Выполнение задач по рекламе университета
- Постоянная связь с администрацией школ
- Взаимодействие со СМИ (прием журналистов, вопрос-ответ-сессии, заключение договоров)
- Составление расписаний и маршрутных схем для выезда по школам г.Бишкек и регионам.
- Анализ проделанной работы, получение результатов, выявление плюсов и минусов рекламной кампании.

- Постоянный контроль за тенденциями студентов, выявление их предпочтений, посредством проведения анкетирования и всевозможных опросов среди них, обработка данных и предоставление конечного отчета.
- Ведение деятельности в составе приемной комиссии на летний период работы

3.3.3. Обязанности специалиста по продвижению в социальных медиа (SMManager).

- Создание контента для соц. сетей и блогов (как своими, так и чужими руками) — тексты, фото, видео, инфографика и прочее.
- Ведение пабликов в социальных сетях — VK, FB, Twitter, Instagram, OK, YouTube и других. Набор соц. сетей варьируется.
- Увеличение числа подписчиков и посетителей пабликов.
- Ведение таргетированной рекламы. Аналитика и отчетность по кампаниям.
- Общение с подписчиками и отслеживание их действий.
- Запуск активностей — конкурсов, опросов, викторин, игр и прочих интересных.
- Отчетность о работе и результатах.
- Взаимодействие со СМИ (освещение тех мероприятий, которые проводятся МУА)
- Ведение деятельности в составе приемной комиссии на летний период работы.

4. Ответственность

4.1. Ответственность за надлежащее и своевременное выполнение отделом маркетинга своих задач и функций, предусмотренных настоящим Положением, несет директор отдела маркетинга в соответствии с трудовым законодательством.

4.2. Ответственность сотрудников отдела маркетинга устанавливается их должностными инструкциями, трудовыми договорами и трудовым законодательством.