

УТВЕРЖДАЮ

Директор АНО ДПО «Международная
Школа Дизайна – XXI век»

Лазарева Н.Н.

29.03.2016 г.



ПОЛОЖЕНИЕ ОБ ОТДЕЛЕ МАРКЕТИНГА, РЕКЛАМЫ И PR

**Автономной некоммерческой организации дополнительного профессионального образования
«Международная Школа Дизайна – XXI век»**

1. Общие положения

- 1.1. Отдел маркетинга, рекламы и PR является структурным подразделением АНО ДПО «Международная Школа Дизайна – XXI век» (далее – Организация).
- 1.2. Отдел маркетинга, рекламы и PR формируется, реорганизуется и ликвидируется приказом руководителя Организации.
- 1.3. Основной целью деятельности Отдела маркетинга, рекламы и PR является осуществление маркетинговых исследований, рекламных и PR кампаний, корпоративных и внешних маркетинговых мероприятий Организации, продвижения бренда в соответствии с PR-стратегией Организации.
- 1.4. Отдел маркетинга, рекламы и PR возглавляет руководитель отдела маркетинга, рекламы и PR.
- 1.5. Руководитель отдела маркетинга, рекламы и PR принимается и освобождается от должности приказом руководителя Организации.
- 1.6. Руководитель отдела маркетинга, рекламы и PR подчиняется руководителю Организации.
- 1.7. Отдел маркетинга, рекламы и PR в своей работе руководствуется:
 - законодательными актами Российской Федерации и нормативно-правовыми документами о рекламной деятельности;
 - Уставом Организации;
 - Правилами внутреннего трудового распорядка;
 - приказами и распоряжениями руководителя Организации;
 - настоящим Положением;
 - иными локальными нормативными актами Организации;
 - правилами и нормами охраны труда, техники безопасности, производственной санитарии и противопожарной безопасности.

2. Задачи Отдела маркетинга, рекламы и PR

- 2.1. Реализация стратегии продвижения и коммуникации с представителями дизайн-сообщества и средств массовой информации.
- 2.2. Обеспечение соблюдения единого корпоративного стиля в рекламных и информационных материалах Организации.
- 2.3. Обеспечение регулярной своевременной разработки и размещения пресс-релизов, новостных материалов, статей, интервью, публикаций, постов и других материалов о деятельности и проектах Организации во всех согласованных каналах.

- 2.4. Разработка, актуализация и своевременное сопровождение и наполнение сайта Организации согласно требованиям законодательства.
- 2.5. Разработка и реализация плана проведения рекламных кампаний по продвижению Организации.
- 2.6. Ведение официальных ресурсов и продвижение в согласованных социальных сетях.
- 2.7. Разработка совместно с другими подразделениями Организации коммерческих предложений под запрос клиента.
- 2.8. Реализация привлечения новой целевой аудитории.
- 2.9. Своевременное ведение и актуализация отчетности по деятельности Организации.

3. Функции Отдела по работе с клиентами

- 3.1. Разработка и осуществление всего комплекса маркетинговых мероприятий, направленных на достижение и укрепление имиджа Организации, повышение конкурентоспособности и качества оказываемых Организацией услуг.
- 3.2. Обеспечение поиска и систематизации информации о существующих образовательных услугах на рынке, потенциальных потребителях услуг.
- 3.3. Осуществление сбора информации о конкурентах Организации, выявление их сильных и слабых сторон по качеству и продвижению услуг, ценовой и ассортиментной политике.
- 3.4. Организация изучения мотивов, предпочтений и мнений потребителей о реализуемых Организацией услугах, влияния значимых факторов на объем продаж услуг.
- 3.5. Участие в разработке перспективных и текущих планов развития и реализации услуг, оказываемых Организацией.
- 3.6. Планирование, разработка и реализация рекламных и PR кампаний с привлечением различных средств массовой информации.
- 3.7. Организация участия Организации в отраслевых мероприятиях с целью формирования репутации и расширения положительного имиджа Организации.
- 3.8. Проведение мониторинговых исследований по деятельности Организации.
- 3.9. Формирование, согласование и контроль бюджета рекламных кампаний Организации.
- 3.10. Участие в разработке проекта плана набора абитуриентов и предложений по размерам стоимости обучения на очередной учебный год.
- 3.11. Осуществление разработки рекламных текстов, плакатов, каталогов, буклетов и т.п. и контроль за их надлежащим качеством.
- 3.12. Выбор формы и методов рекламы, определение конкретных носителей рекламы.
- 3.13. Осуществление контроля за разработкой и реализацией договоров и контрактов по рекламе.
- 3.14. Выявление показателей влияния проводимых рекламных кампаний на увеличение спроса рекламируемых образовательных услуг.
- 3.15. Внедрение новых прогрессивных методов рекламы с целью увеличения спроса на рекламируемые услуги.
- 3.16. Проведение интервью выпускников Организации и иных спикеров, исходя из потребностей Организации.
- 3.17. Подготовка информационных и новостных рассылок о продуктах и услугах Организации.
- 3.18. Осуществление переговоров с ключевыми внешними партнерами, агентствами, подрядчиками в проектах, связанных с внешними коммуникациями для продвижения Организации на новую целевую аудиторию.
- 3.19. Наполнение сайта по государственному стандарту образовательных учреждений и брендбуку.
- 3.20. Работа с фото-, видео-, аудиоинформацией, в том числе сопровождение при записи видеоконтента, с целью соответствия содержания позиционированию брендбука и необходимых форматов для публикации на сайте Организации.
- 3.21. Продвижение бренда в социальных сетях.
- 3.22. Создание и развитие визуального образа бренда Организации.

4. Структура Отдела по работе с клиентами

- 4.1. Структура и штатное расписание Отдела маркетинга, рекламы и PR утверждается руководителем Организации в соответствии с задачами, стоящими перед Отделом маркетинга, рекламы и PR.
- 4.2. Должностные инструкции работников Отдела маркетинга, рекламы и PR разрабатываются руководителем отдела маркетинга, рекламы и PR и утверждаются руководителем Организации. Распределение обязанностей между работниками Отдела маркетинга, рекламы и PR осуществляется руководителем отдела маркетинга, рекламы и PR в соответствии с должностными инструкциями и настоящим Положением.
- 4.3. Руководитель отдела маркетинга, рекламы и PR организует свою работу в соответствии с настоящим Положением, должностными инструкциями каждого работника и локальными нормативными актами Организации по направлениям деятельности Отдела маркетинга, рекламы и PR.

5. Полномочия Отдела по работе с клиентами

- 5.1. Запрашивать в рамках своих полномочий в других структурных подразделениях Организации документы и информацию, необходимые для выполнения возложенных функций.
- 5.2. Требовать соблюдения установленных норм, правил, инструкций по вопросам компетенции Отдела маркетинга, рекламы и PR.
- 5.3. Давать указания по исправлению недостатков и устранению нарушений по вопросам компетенции Отдела маркетинга, рекламы и PR.
- 5.4. Вносить на рассмотрение руководства Организации предложения по повышению эффективности деятельности Организации.
- 5.5. Согласовывать подготовленные структурными подразделениями Организации проекты документов по вопросам, входящим в компетенцию Отдела маркетинга, рекламы и PR.
- 5.6. Вносить предложения по изменению структуры Отдела маркетинга, рекламы и PR, а также настоящего Положения.
- 5.7. Проводить в установленном порядке совещания по вопросам, относящимся к компетенции Отдела маркетинга, рекламы и PR.
- 5.8. Знакомиться с проектами решений руководства Организации, касающихся работы Отдела маркетинга, рекламы и PR.
- 5.9. Представлять Организацию в отношениях с государственными и муниципальными органами, другими предприятиями, учреждениями, организациями.
- 5.10. Проводить совещания либо участвовать в общих собраниях по вопросам рекламы.

6. Взаимодействия с другими структурными подразделениями

- 6.1. Для реализации поставленных задач и выполнения функций Отдел маркетинга, рекламы и PR взаимодействует со структурными подразделениями Организации по следующим вопросам:
 - 6.1.1. С руководителем Организации:
 - определения стратегии продвижения бренда и образовательных услуг Организации;
 - вывода на рынок и продвижения новых образовательных продуктов;
 - отчетности о проведенных рекламных и PR кампаниях;
 - трудовой дисциплины, применения к работникам мер поощрения и взыскания, привлечения к материальной ответственности;
 - мотивации персонала Отдела маркетинга, рекламы и PR.
 - 6.1.2. С Бухгалтерией:
 - согласования и подписания договоров и иных документов с подрядчиками Организации по вопросам рекламы;
 - оплаты запланированных рекламных PR кампаний;
 - предоставления финансовых отчетов о проведенных рекламных и PR кампаниях;

- предоставления закрывающих документов по проведенным рекламным и PR кампаниям.

6.1.3. С Отделом по работе с клиентами:

- получения сведений об основных группах потребителей услуг, реализуемых Организацией;
- совместного проведения открытых мероприятий с целью продвижения образовательных услуг Организации;
- изучения спроса и предложения;
- изучения сведений о конкурентоспособности образовательных услуг Организации;
- получения отзывов на реализуемые образовательные услуги;
- организации открытых мероприятий, проводимых Организацией с целью привлечения новых клиентов;
- планирования сроков объявления набора на новый учебный год и начала рекламных кампаний;
- согласования цен на реализуемые образовательные услуги.

7. Ответственность

7.1. Ответственность за ненадлежащее исполнение обязанностей Отдела маркетинга, рекламы и PR несет руководитель отдела маркетинга, рекламы и PR.

7.2. Степень ответственности других работников устанавливается должностными инструкциями.

7.3. Руководитель Отдела маркетинга, рекламы и PR несет персональную ответственность за:

- организацию деятельности Отдела маркетинга, рекламы и PR по выполнению возложенных на отдел задач и функций;
- организацию оперативной и качественной подготовки материалов для размещения в средствах массовой информации;
- несвоевременное, а также некачественное проведение рекламных и PR кампаний;
- нарушение законодательства при подготовке и проведении рекламных и PR кампаний;
- составления, утверждения и предоставления недостоверной отчетности;
- допущение использования информации сотрудниками Отдела маркетинга, рекламы и PR в неслужебных целях;
- несоблюдение работниками Отдела маркетинга, рекламы и PR трудовой дисциплины;
- разглашение конфиденциальной информации о деятельности Организации;
- несоблюдение сохранности имущества, находящегося в Отдела маркетинга, рекламы и PR.