



Університет імені Альфреда Нобеля

ЗАТВЕРДЖУЮ:

ПРЕЗИДЕНТ  Б.І. ХОЛОД

« 15 » травня 2019 р.



ПОЛОЖЕННЯ про департамент маркетингу

ПП-551-098

м. Дніпро, 2019 р.

Університет імені Альфреда Нобеля	Код ПП-551-098	Стор. 2
Положення про департамент маркетингу		Редакція 3

1. Загальні положення

Департамент маркетингу є базовим структурним підрозділом Університету імені Альфреда Нобеля (далі Університету). У своїй діяльності департамент маркетингу керується нормативними, організаційними, методичними, документами згідно з Додатком А.

Робота департаменту маркетингу ґрунтується на засадах об'єктивності, професійності, науковості, гуманізму, демократизму, відповідальності, колегіальності та гласності.

Департамент маркетингу створюється і ліквідується наказом президента університету.

Департамент маркетингу підпорядковується проректору зі стратегічного розвитку та комунікацій.

Керівник підрозділу призначається та звільнюється президентом університету на підставі пропозицій проректора зі стратегічного розвитку та комунікацій.

2. Структура департаменту маркетингу

Структуру та штатний розклад затверджує президент університету на підставі пропозицій проректора зі стратегічного розвитку та комунікацій (Додаток Б)

До складу департаменту маркетингу входять:

- Центр кар'єри
- Медіа-центр.

3. Мета та завдання департаменту маркетингу

3.1. Основною метою департаменту маркетингу є розвиток бренду університету як: **«інноваційного вищого навчального закладу, який забезпечує якісну бізнес-освіту європейського рівня».**

3.2. Основними задачами департаменту маркетингу є:

3.2.1. Уніфікація рекламної діяльності, розширення інформаційного простору, оприлюднення інформації стосовно діяльності Університету та формування його максимальної відкритості для громадськості.

3.2.2. Зміцнення конкурентних позицій університету на освітньому ринку, укріплення відносин з потенційними споживачами в довгостроковому періоді шляхом створення репутації та довіри до університету на ринку.

3.2.3. Залучення клієнтів, зокрема, талановитої молоді, інформаційна підтримка як на протязі вступної кампанії, так і на протязі всього періоду навчання, надання інформації щодо можливостей вдосконалювати знання та навички протягом кар'єри разом з університетом.

3.2.4. Формування іміджу та сприяння підвищенню впізнаваності та лояльності до бренду Університету серед цільової аудиторії.

3.2.5. Сприяння реалізації права студентів і випускників на працю та створення умов для отримання ними першого робочого місця.

Університет імені Альфреда Нобеля	Код	Стор. 3
Положення про департамент маркетингу	ПП-551-098	Редакція 3

4. Функції департаменту маркетингу

4.1. Для вирішення завдання «Уніфікація рекламної діяльності, розширення інформаційного простору, оприлюднення інформації стосовно діяльності Університету та формування його максимальної відкритості для громадськості» *департамент маркетингу виконує наступні функції:*

- Координує роботу медіа-центру та центру кар'єри.

4.2. Для вирішення завдання «Зміцнення конкурентних позицій університету на освітньому ринку, укріплення відносин з потенційними споживачами в довгостроковому періоді шляхом створення репутації та довіри до університету на ринку» *департамент маркетингу виконує наступні функції:*

- Планує маркетингову діяльність університету.
- Координує роботу медіа центру та центру кар'єри.

4.3. Для вирішення завдання «Залучення клієнтів, зокрема, талановитої молоді, інформаційна підтримка як на протязі вступної кампанії, так і на протязі всього періоду навчання, надання інформації щодо можливостей вдосконалювати знання та навички протягом кар'єри разом з університетом» *департамент маркетингу виконує наступні функції:*

- Координує роботу медіа центру та центру кар'єри.

4.4. Для вирішення завдання «Формування іміджу та сприяння підвищенню впізнаваності та лояльності до бренду Університету серед цільової аудиторії» *департамент маркетингу виконує наступні функції:*

- Планує та здійснює профорієнтаційні заходи з абітурієнтами
- Координує роботу медіа центру та центру кар'єри.

4.5. Для вирішення завдання «Сприяння реалізації права студентів і випускників на працю та створення умов для отримання ними першого робочого місця» *департамент маркетингу виконує наступні функції:*

- Планує та здійснює профорієнтаційні заходи з абітурієнтами
- Координує роботу медіа центру та центру кар'єри.

5. Мета, задачі та основні функції Центру кар'єри, що входить до складу департаменту маркетингу

5.1 Мета Центру кар'єри (далі ЦК)

5.1.1. Основна мета ЦК: створення середовища, що буде підтримувати активний вибір професійної кар'єри студентами і випускниками та підвищення рівня конкурентоспроможності студентів на ринку праці.

5.2. Основними задачами ЦК є:

5.2.1. Встановлення та підтримка партнерського та ділового співробітництва з бізнес структурами та організаціями.

5.2.2. Загальна координація діяльністю Громадської ради з оцінювання професійних компетенцій випускників Університету (далі – Громадська рада).

Університет імені Альфреда Нобеля	Код ПП-551-098	Стор. 4
Положення про департамент маркетингу		Редакція 3

5.2.3. Здійснення постійного пошуку інформації про вакансії, сприяння працевлаштуванню студентів, випускників Університету.

5.2.4. Проведення Днів кар'єри, конференцій, круглих столів, семінарів та тренінгів з питань побудови кар'єри та працевлаштування.

5.2.5. Встановлення та підтримка зв'язків з випускниками Університету. Загальна координація діяльністю «Асоціації випускників Університету».

5.3. Функції ЦК

5.3.1. ЦК для вирішення завдання «Встановлення та підтримка партнерського та ділового співробітництва з бізнес структурами та організаціями» виконує наступні функції:

- Підтримує зв'язки з існуючими партнерами (здійснення спільних проектів, запрошення на зустрічі та заходи до Університету, участь у заходах партнерів).
- Веде інформаційну базу організацій партнерів.
- Веде пошук нових партнерів.
- Організовує вибірку, проводить опитування серед роботодавців.
- Аналізує інформацію опитувань, готує звіти та первинні рекомендації.

5.3.2. ЦК для вирішення завдання «Загальна координація діяльністю Громадської ради з оцінювання професійних компетенцій випускників Університету» виконує наступні функції:

- Складає та затверджує план роботи Громадської ради на рік.
- Ознайомлює з планом роботи всіх членів Громадської ради.
- Готує проведення засідань Громадської ради.
- Веде документацію Громадської ради.
- Організовує вибірку, проводить опитування серед громадськості.
- Аналізує інформацію опитувань, готує звіти та первинні рекомендації.

5.3.3. ЦК для вирішення завдання «Здійснення постійного пошуку інформації про вакансії, сприяння працевлаштуванню студентів, випускників Університету» виконує наступні функції:

- Заключає договори з організаціями про співробітництво з питань сприяння професійному росту студентів.
- Надає інформацію щодо наявних вакансій, про умови працевлаштування.
- Отримує від студентів, випускників заявки на вакансії, резюме та пропонує варіанти працевлаштування.
- Надає додаткові знання з питань засвоєння ефективних методів просування на ринку праці.
- Проводить для цільової категорії презентації, майстер-класи, започатковує конкурсні програми, стипендіальні програми тощо.

Університет імені Альфреда Нобеля	Код ПП-551-098	Стор. 5
Положення про департамент маркетингу		Редакція 3

5.3.4. ЦК для вирішення завдання «Проведення Днів кар'єри, конференцій, круглих столів, семінарів та тренінгів з питань побудови кар'єри та працевлаштування» виконує наступні функції:

- Планує проведення заходу.
- Розробляє проект та план проведення заходу.
- Співпрацює з зовнішніми організаціями щодо їх участі у заході.
- Проводить заходи за участю представників зовнішніх організацій та студентів.

5.3.5. ЦК для вирішення завдання «Встановлення та підтримка зв'язків з випускниками Університету. Загальна координація діяльності «Асоціації випускників Університету» виконує наступні функції:

- Збирає та оновлює електронну базу даних про випускників Університету через відповідальних за роботу з випускниками від кафедр.
- Ознайомлює з оновленою базою кафедри.
- Підтримує зв'язки з випускниками.
- Планує заходи за участю випускників.
- Проводить загальну координацію діяльності «Асоціації випускників Університету».
- Організовує вибірку, проводить опитування серед випускників.
- Аналізує інформацію опитувань, готує звіти та первинні рекомендації.

6. Мета, задачі та основні функції Медіа-центру (МЦ), що входить до складу департаменту маркетингу

6.1. Основною метою МЦ є забезпечення формування позитивного іміджу Університету імені Альфреда Нобеля.

6.2. Основними задачами МЦ є:

6.2.1. Розробка медіа-плану головних річних кампаній та планів медійного та інформаційного забезпечення всіх головних подій, забезпечуючи всі сфери діяльності Університету, а також заходів з формування позитивного іміджу.

6.2.2. Вибір способу донесення інформації до громадськості (ТБ, радіо, преса, друк, сувеніри, Інтернет-сайти університету, інші заходи)

6.2.3. Здійснення роботи із створення та розповсюдження іміджевої продукції.

6.2.4. Організація передачі завдань на виробництво рекламної та сувенірної продукції стороннім виконавцям.

6.2.5. Організація процесу оплати роботи сторонніх організацій (процес підписання договорів, отримання рахунків, прийняття-здачі виконаної роботи з підписанням актів, контроль своєчасної сплати за рахунками сторонніх організацій).

6.2.6. Організація архівування та інших способів збереження інформаційних матеріалів.

6.3. Функції МЦ

6.3.1. МЦ для вирішення завдання «Формування позитивного іміджу Університету» виконує наступні функції:

Університет імені Альфреда Нобеля	Код ПП-551-098	Стор. 6
Положення про департамент маркетингу		Редакція 3

- Оцінює важливість інформації про події в університеті для досягнення основної мети діяльності МЦ.
- Аналізує ймовірні способи виконання завдань з розповсюдження необхідної інформації.
- Організує процес узгодження, корегування змісту інформації, а також затвердження результатів керівництвом університету.
- Розробляє макет, сценарій сюжету чи заходу в залежності від способу виконання завдання.
- Складає кошторис та узгоджує його з керівництвом університету.
- Розробляє договірні документи та, після узгодження з юристом, організує підписання документів керівництвом університету.
- Виготовляє необхідну продукцію або контролює її виготовлення сторонніми організаціями.

6.3.2. МЦ для вирішення завдання «Маркетингове забезпечення основних подій та проектів» виконує наступні функції:

- Подає за погодженням з керівниками підрозділів перелік необхідних маркетингових засобів та подій, сувенірної та іміджевої продукції.
- Складає та подає на затвердження керівництву план маркетингового забезпечення акцій та подій Університету,
- Веде договірну роботу з зовнішніми організаціями щодо найбільш ефективного маркетингового забезпечення,
- Організує проведення виставкових, презентаційних та рекламних заходів.

6.3.3. МЦ для вирішення завдання «Виконання комунікаційних завдань у телевізійній, Інтернет, ЗМІ та інших медійних сферах» виконує наступні функції:

- Заключає договори з зовнішніми організаціями на розповсюдження інформації та реклами освітніх послуг.
- Організує систему оперативного збирання інформації за участю уповноважених, які представляють всі кафедри та структурні підрозділи.
- Організує удосконалення системи ефективного розповсюдження інформації через зовнішні та внутрішні мережі.
- Забезпечує своєчасне внесення нової інформації в ЗМІ, у ТБ-ефірі або на сайти університету;
- Аналізує результати маркетингових досліджень щодо оцінки задоволення споживачів;
- Розробляє план заходів щодо забезпечення та покращення інформування громадськості про діяльність університету та переваги його послуг.

7. Відповідальність Департаменту маркетингу

Департамент маркетингу несе відповідальність за:

- 7.1. Виконання планів департаменту маркетингу.
- 7.2. Своєчасне та якісне подання інформації ректорату та іншим підрозділам Університету.

Університет імені Альфреда Нобеля	Код	Стор. 7
Положення про департамент маркетингу	ПП-551-098	Редакція 3

7.3. Своєчасне та якісне виконання функцій та завдань.

7.4. Виконання правил охорони праці, техніки безпеки, нерозголошення комерційної та службової таємниці.

7.5. Рациональне і за призначенням використання трудових, фінансових, матеріальних, інформаційних та технічних ресурсів, наданих центру.

7.6. Виконання фінансової та штатної дисципліни та Правил внутрішнього розпорядку університету.

8. Показники ефективності Департаменту маркетингу

8.1. Своєчасність та повнота виконання плану роботи.

8.2. Відсутність скарг щодо несвоєчасного та неефективного висвітлення інформації про університет.

8.3. Відсутність порушень трудової дисципліни.

8.4. Своєчасне і якісне виконання завдань і реалізація функцій всіма співробітниками Департаменту маркетингу.

Університет імені Альфреда Нобеля	Код ПП-551-098	Стор. 8
Положення про департамент маркетингу		Редакція 3

Додаток А

ПЕРЕЛІК НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ ЦК

№	Назва документу	Шифр документу (код)	Примітки
1.	Закон України «Про вищу освіту»		зовнішній
2.	Положення про Громадську раду з оцінювання професійних компетенцій випускників Дніпропетровського університету економіки та права	ПО-551-009	внутрішній
	Накази МОН		
	Закони про інформацію України		
3.	Закон про рекламу України		
Внутрішні нормативні документи			
	Нормативні документи Університету		
	Накази та Розпорядження президента Університету		
	Положення про департамент маркетингу		

Університет імені Альфреда Нобеля	Код ПП-551-098	Стор. 9
Положення про департамент маркетингу		Редакція 3

Додаток Б.



