

**Общеобразовательная автономная некоммерческая организация  
«Школа права и экономики»**

**СОГЛАСОВАНО**  
Ректор ФГБОУВО «РГУП»

  
В.В. Ершов

« 02 » \_\_\_\_\_ 20 18 года

**УТВЕРЖДЕНО**

Директор ОАНО «Школа права и  
экономики»

  
И.Ю. Воронов

« 02 » \_\_\_\_\_ 20 18 года

г. Москва

**ПОЛОЖЕНИЕ О ОТДЕЛЕ МАРКЕТИНГА И РЕКЛАМЫ**

**1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

1.1. Отдел маркетинга и рекламы является структурным подразделением Общеобразовательной автономной некоммерческой организации «Школа права и экономики» (далее - «Школа»).

1.2. Отдел маркетинга и рекламы работает непосредственно под руководством директора Школы.

1.3. В своей деятельности отдел маркетинга и рекламы руководствуется нормативными правовыми актами Российской Федерации, Уставом Школы, настоящим Положением, приказами и распоряжениями директора Школы, иными локальными нормативными актами Школы.

1.4. Основная цель отдела маркетинга и рекламы заключается в использовании конкурентных преимуществ Школы и своевременном реагировании на изменения конъюнктуры рынка образовательных услуг.

**2. ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ**

2.1. Осуществление деятельности в области маркетинга и рекламы Школы, и контроль за ее выполнением.

2.2. Анализ качества конкурирующих услуг, соотношений цены и качества, спроса и предложения на аналогичные виды услуг.

2.3. Участие в составлении перспективных и текущих планов подготовки и реализации образовательной продукции и услуг.

2.4. Изучение новых рынков сбыта и потенциальных потребителей образовательной продукции и услуг.

2.5. Организация и осуществление работы с социальными сетями и сайтом Школы, своевременное наполнение их качественным интересным контентом.

### 3. ФУНКЦИИ

3.1. В соответствии с возложенными задачами отдела маркетинга и рекламы выполняет следующие функции:

3.1.1. Методологическая разработка и организация маркетинговых исследований образовательных услуг рынка основного образования, а также рынка дополнительного образования (ассортимент, современные потребительские свойства и пр.).

3.1.2. Разработка и реализация перспективных и текущих маркетинговых планов по реализации образовательной услуг.

3.1.3. Изучение новых рыночных ниш и целевых групп потенциальных потребителей образовательных услуг образования, а также рынка дополнительного образования.

3.1.4. Мониторинг мнений потребителей об образовательных услугах основного образования, а также рынка дополнительного образования, подготовка предложений по повышению потребительских свойств и конкурентоспособности образовательных услуг.

3.1.5. Организация сбора, изучения и анализа информации о рынке, структуре потребительского спроса, продвижении образовательных услуг, динамике цен, информационной политике конкурентов. Исследование факторов, влияющих на оказание образовательных услуг и имеющих значение для их успешной реализации. Изучение типов потребительского спроса (устойчивого, кратковременного и др.), причин, вызывающих его повышение или снижение, дифференциации покупательской способности населения.

3.1.6. Разработка прогнозов потребительского спроса по оказанию образовательных услуг рынка основного образования, а также рынка дополнительного образования.

3.1.7. Изучение и обобщение отечественного и зарубежного опыта инноваций в области систем продвижения образовательных услуг на рынке основного образования, а также на рынке дополнительного образования и их внедрение.

3.1.8. Организация эффективного участия Школы в образовательных выставках, ярмарках, других профориентационных мероприятиях на российских и зарубежных площадках для создания устойчивых связей с потенциальными потребителями образовательных услуг.

3.1.9. Разработка и реализация программы маркетинговых и бизнес-коммуникаций Школы и мониторинг их итогов. Разработка, и распространение учебно-методической и рекламной литературы (бюллетеней, каталогов, справочников и других рекламных материалов) о Школе и оказываемых им образовательных услугах.

3.1.10. Определение географического размещения потенциальных потребителей.

3.1.11. Организация обратной связи с потребителями: изучение мнения



потребителей и их предложений по улучшению качества образования; анализ рекламаций и их влияния на сбыт предлагаемых образовательных услуг; разработка по результатам изучения мнения потребителей и анализа рекламаций предложений по повышению качества образовательных услуг.

3.1.12. Составление годовых, квартальных и ежемесячных планов и отчетов работы отдела маркетинга и рекламы.

3.1.13. Создание базы потенциальных заказчиков.

3.1.14 Организация связи с деловыми партнерами, систему сбора необходимой информации и расширение внешних связей в целях совершенствования рекламной деятельности.

3.1.15. Привлечение к решению поставленных задач консультантов и экспертов, приглашение к участию в рекламе широко известных и популярных лиц.

3.1.16. Подготовка предложений по формированию фирменного стиля Школы и фирменного оформления рекламной продукции.

3.1.17. Участие совместно с другими отделами в разработке предложений и рекомендаций по расширению образовательных услуг.

3.1.18. Контроль документооборота, договоров и контрактов по рекламированию образовательных услуг.

3.2.1. Организация и реализация работы по продвижению и популяризации сайта и социальных сетей Школы в Интернете.

3.2.2. Разработка и поддержка основной концепции социальных сетей Школы, динамичная работа по доработке концепции и содержания социальных сетей и сайта Школы, осуществление работы по введению нового сервиса для посетителей социальных сетей и сайта Школы.

3.2.3. Организация и реализация текстового наполнения социальных сетей и сайтом Школы, постоянное обновление информации.

3.2.4. Осуществление контроля за соблюдением общего порядка в информационном поле социальных сетей и сайта Школы для удобства работы всех пользователей, этических и других норм поведения, принятых в интернет-сообществах.

3.2.5. Осуществление работы по редактированию, корректировке и структурированию материалов, включая дизайн оформления текстов, таблиц и т.п.

3.2.6. Осуществление работы по художественному оформлению размещаемой в социальных сетях и на сайте Школы информации.

3.2.7. Анализ потребности и запросов посетителей социальных сетей и сайта Школы.

3.2.8. Осуществление мониторинга работы конкурентных сайтов или групп со схожей тематикой, концепцией и содержанием.

3.2.9. Составление отчетов об изменениях, внесенных в структуру социальных сетей и сайта Школы, причинах данных изменений, их целях, а также ведение статистики прошедших изменений.



## **4. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ**

4.1. Права и обязанности работников отдела маркетинга и рекламы определяются Конституцией Российской Федерации, законодательством о труде Российской Федерации, Уставом Школы, Правилами внутреннего трудового распорядка Школы, настоящим Положением, трудовым договором, должностными инструкциями и иными локальными нормативными актами Школы.

4.2. Работники отдела маркетинга и рекламы имеет право:

4.2.1. Запрашивать и получать от структурных подразделений сведения, справочные и другие материалы, необходимые для осуществления деятельности отдела.

4.2.4. Проводить совещания, либо участвовать на общих собраниях по вопросам маркетинга и рекламы.

4.3. Работники отдел маркетинга и рекламы обязаны:

4.3.1. своевременно и качественно, на высоком профессиональном уровне выполнять свои должностные обязанности;

4.3.2. выполнять задачи, возложенные на отдел маркетинга и рекламы, в соответствии с данным положением;

4.3.3. обеспечивать сохранность закрепленных за отделом маркетинга и рекламы помещений и оборудования;

4.3.4. своевременно повышать свой квалификационный уровень;

4.3.5. своевременно сообщать в отдел кадров сведения об изменении своих персональных данных;

4.3.6. выполнять иные права и обязанности в соответствии с международным и российским правом.

## **5. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ**

5.1. За ненадлежащее исполнение или неисполнение своих должностных обязанностей, предусмотренных настоящей должностной инструкцией, в соответствии с нормативными правовыми актами Российской Федерации.

5.2. За правонарушения, совершенные в процессе осуществления своей деятельности, в соответствии с нормативными правовыми актами Российской Федерации.

5.3. На начальника отдела маркетинга и рекламы возлагается персональная ответственность за:

- организацию деятельности отдела по выполнению задач и функций, возложенных на отдел;

- организацию в отделе оперативной и качественной подготовки документов, ведение делопроизводства;

- соответствие законодательству визируемых (подписываемых) им гражданско-правовых договоров, проектов приказов, инструкций, положений, постановлений и других документов.

## **6. ВЗАИМООТНОШЕНИЯ С РАБОТНИКАМИ СТРУКТУРНЫХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ**

6.1. Работники отдела маркетинга и рекламы по вопросам своей деятельности вступают во взаимоотношения со всеми структурными подразделениями Школы.

## **7. ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ**

7.1 Отделом маркетинга и рекламы руководит начальник, назначаемый на должность приказом директора Школы на основании заключенного трудового договора и освобождаемый от нее приказом директора Школы.

7.2. Назначение и освобождение от занимаемой должности работников отдела осуществляется приказом директора Школы на основании заключенного трудового договора.

7.3. Работники отдела маркетинга и рекламы работают в соответствии с Правилами внутреннего распорядка Школы. Реорганизация и ликвидация Отдела, изменение штатного расписания осуществляется на основании приказов учредителя Школы - ФГБОУВО «Российский государственный университет правосудия».

---