

**Автономная некоммерческая организация
высшего профессионального образования
«Московский гуманитарный институт имени Е.Р. Дашковой»**

УТВЕРЖДАЮ
Ректор АНО ВПО
«МГИ им. Е.Р. Дашковой»

Д.В. Гычинина

« 15 » 05 2012г.



**ПОЛОЖЕНИЕ
ОБ ОТДЕЛЕ МАРКЕТИНГА И РЕКЛАМЫ.**

г. Москва
2012 год

1. Общие положения.

1.1. Настоящее Положение разработано в соответствии с Конституцией Российской Федерации, законодательством Российской Федерации, нормативно-правовыми актами документами министерств и ведомств Российской Федерации, Уставом Автономной некоммерческой организации высшего профессионального образования «Московский гуманитарный институт имени Е.Р.Дашковой» (далее – Институт).

1.2. . Отдел маркетинга и рекламы в своей деятельности руководствуется:

- нормативными правовыми актами РФ, другими руководящими документами и материалами, регламентирующими предпринимательскую, коммерческую, рекламную деятельность Института;
- методическими материалами, касающимися соответствующих вопросов;
- Уставом Института;
- приказами, распоряжениями ректора Института;
- настоящим Положением.

1.3. Отдел маркетинга и рекламы является структурным учебно-научным подразделением Института, осуществляющим организацию и проведение рекламы и маркетинга вуза, взаимодействие с образовательными учреждениями в целях информирования их об условиях обучения в Институте.

1.4. Отдел маркетинга и рекламы создается, реорганизуется и ликвидируется приказом ректора.

1.5. Отдел маркетинга и рекламы осуществляет свою деятельность в соответствии с законодательством Российской Федерации, Уставом Института, Правилами внутреннего трудового распорядка, настоящим Положением и иными нормативными актами Института.

1.6. Отдел маркетинга и рекламы не является юридическим лицом.

2. Функции

2.1. Работа по рекламированию Института с целью его продвижения вуза на рынке услуг высшего профессионального образования, информирование потребителей (потенциальных клиентов) о преимуществах, отличительных качествах Института, условиях обучения.

2.2. Подбор и использование средств маркетинговых коммуникаций для размещения рекламных продуктов Института (Интернет, пресса, радио, ТВ, наружные носители и т.п)

2.3. Поддержка и оптимизация web-сайта Института, продвижение его в поисковых системах, контекстная реклама в Интернете.

2.4. Анализ и поиск нестандартных средств маркетинговых коммуникаций для рекламы Института.

2.5. Сбор и анализ информации об эффективности и результативности рекламной деятельности Института.

- 2.6. Разработка полиграфической продукции, написание текстов для полиграфии, разработка и верстка макетов полиграфии, макетов в прессу, изготовление видео/радиороликов, Интернет-баннеров (с привлечением подрядчиков), подготовка текстов, сценариев, технических заданий
- 2.7. Согласование рекламных материалов с руководством Института.
- 2.8. Контроль выполнения поставленных задач подрядчикам;
- 2.9. Разработка и проведение рекламных промоакций по необходимости согласно маркетинговых замерок;
- 2.10. Подбор/заказ сувенирной продукции (POS- материал) для проведения рекламных акций;
- 2.11. Постановка задач рекламным агентствам и контроль их выполнением;
- 2.12. Работа с рекламными агентствами и другими подрядчиками;
- 2.13. Согласование и ведение документации;
- 2.14. Участие в стратегическом планировании, составлении бюджета, формировании рекламной стратегии и политики Института;
- 2.15. Разработка и проведение конкурсов, участие в выставках, конференциях, презентациях;
- 2.16. Организация связей с деловыми партнерами, системы сбора необходимой информации и расширение внешних связей в целях совершенствования рекламной деятельности Института
- 2.17. Анализ мотивации спроса на услуги МГИ им. Е.Р. Дашковой, организация изучения потребностей клиентов (абитуриентов) и определение направленности проведения рекламных кампаний.

3. Основные задачи

Основными задачами отдела рекламы являются:

- 3.1. Разработка рекламной и маркетинговой политики института;
- 3.2. Рекламирование услуг предоставляемых МГИ им. Е.Р. Дашковой в сфере высшего профессионального образования с целью их продвижения на рынке высшего образования

4. Права

4.1. Отдел маркетинга и рекламы в пределах своей компетенции имеет право:

- Представлять интересы Института во взаимоотношениях с иными структурными подразделениями и сторонними организациями по вопросам рекламы.
- Получать от других структурных подразделений Института необходимую информацию и документы по вопросам, входящим в компетенцию отдела.
- Вносить на рассмотрение руководства Института предложения о мерах по организации рекламы в вузе.
- Запрашивать от руководителей структурных подразделений института (специалистов), получать и использовать информацию и документы, необходимые для выполнения своих должностных обязанностей.
- Использовать средства, выделяемые на финансирование отдела, для проведения рекламных мероприятий, выставок, ярмарок, презентаций.

5. Взаимодействие с другими структурными подразделениями

5.1. Отдел маркетинга и рекламы осуществляет постоянную взаимосвязь со всеми структурными подразделениями Института по вопросам, возникающим в ходе выполнения основных задач и функций отдела.

5.2. По поручению или с согласия руководства Института отдел маркетинга и рекламы взаимодействует с государственными органами, органами местного самоуправления, Вузами, общественными организациями и др. по вопросам, входящим в компетенцию в отдел маркетинга и рекламы.

Руководитель структурного
подразделения

Е.В.Гурьянова

Согласовано:

Проректор по учебной работе

Н.П. Карпиченко

Проректор по управлению
персоналом

И.В. Бабеньшева

Начальник юридического отдела

Е.В.Михайлова