

Учреждение образования "Alikhan Bukeikhan University"		
Документ СМК 3 уровня	Редакция №1	П.20-07.49/2021
Положение	от 24.09.2021	

ПОЛОЖЕНИЕ

О ДЕПАРТАМЕНТЕ МАРКЕТИНГА И ИМИДЖЕВОЙ ПОЛИТИКИ
УЧРЕЖДЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ «АЛИКХАН ВОКЕИКХАН UNIVERSITY»

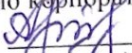
Семей
2021

ПРЕДИСЛОВИЕ**Настоящее положение:****1. Разработано:**

Департаментом маркетинга и имиджевой политики

2. Согласовано:

Проректор по корпоративному развитию и маркетингу:

Азатов А.А.  «___» _____ 202__ г.

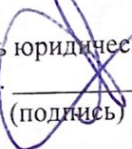
(подпись)

Советник ректора по связям с общественностью:

Мукатаева А.М. _____ «___» _____ 202__ г.

(подпись)

Руководитель юридической службы – юрист:

Данилов А.А.  «___» _____ 202__ г.

(подпись)

3. Утверждено и введено в действие:

Ученым советом университета

Протокол № 69 от 24.09.2021 г.

Ректор Курманбаева Ш.А.  «___» _____ 202__ г.

(подпись)

4. ВВЕДЕН ВПЕРВЫЕ

1. ОСНОВНОЕ НАЗНАЧЕНИЕ

1.1. Департамент маркетинга и имиджевой политики является структурным подразделением Учреждение образования "Alikhan Bokeikhan University" (далее – УО "ABU"), организует и осуществляет следующие цели и задачи:

- Разработка и реализация современной и эффективной маркетинговой стратегии для

достижения средне- и долгосрочных целей университета;

- Разработка и реализация системы мероприятий по формированию, развитию и

продвижению бренда университета, укреплению положительного имиджа университета;

- Сбор и систематизация информации об образовательных услугах, научной и коммерческой продукции университета с целью их дальнейшей популяризации

- Разработка и реализация рекламной кампании по продвижению образовательных услуг среди потенциальных абитуриентов УО "ABU";

1.2. Департамент маркетинга и имиджевой политики функционально подчиняется проректору по корпоративному развитию и маркетингу УО "ABU".

2. НОРМАТИВНЫЕ ОСНОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2.1. Основные нормативные документы, регламентирующие деятельность департамента:

- Конституция Республики Казахстан;

- Закон Республики Казахстан от 27 июля 2007 года № 319-III «Об образовании» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.01.2022 г.)

- Закон Республики Казахстан от 19 декабря 2003 года № 508-III «О рекламе» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 29.12.2021 г.)

- Закон Республики Казахстан О государственной молодежной политике в Республике Казахстан от 9 февраля 2015 года № 285-V

- Закон Республики Казахстан от 10 июня 1996 года № 6-I «Об авторском праве и смежных правах» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 13.05.2020 г.)

- нормативные правовые акты Правительства и Министерства образования и науки Республики Казахстан;

- Устав Учреждения образования "Alikhan Bokeikhan University";

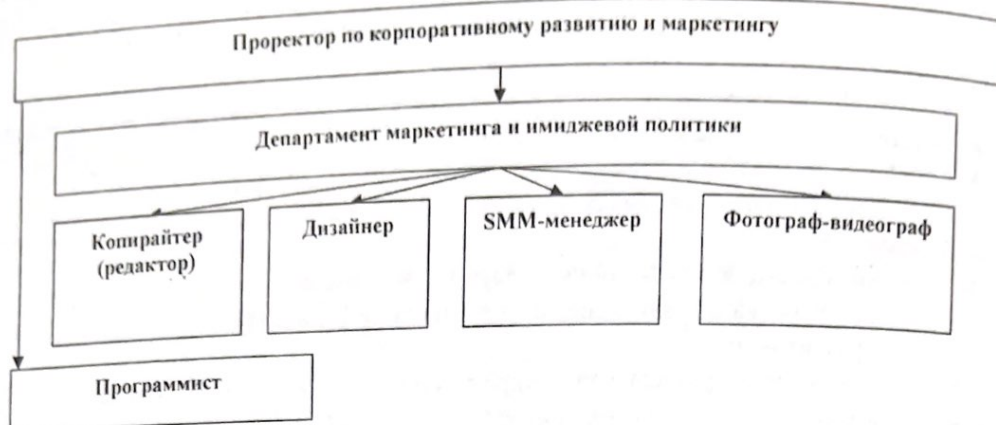
- Политика в области качества Учреждения образования "Alikhan Bokeikhan University";

- Стратегический план развития УО "ABU" до 2021 года;

- иные нормативные правовые акты и внутренние документы;

3. СТРУКТУРА ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ

3.1 Состав подразделения и схема административных и функциональных взаимосвязей:



3.2. Департамент маркетинга и имиджевой политики является структурным подразделением Университета, действует на основании его Устава, в своей практической работе руководствуется законодательными и нормативными документами по высшему образованию в РК, приказами ректора, внутренними документами и настоящим положением.

3.3. Штаты департамента утверждаются ректором Университета.

3.4. Руководитель департамента маркетинга и имиджевой политики назначается и освобождается ректором университета по представлению проректора по корпоративному развитию и маркетингу.

3.5. Права и обязанности сотрудников департамента маркетинга и имиджевой политики определяются должностными инструкциями, разработанными его руководителем в соответствии с законодательными и нормативными документами по высшему образованию в Республике Казахстан и утвержденными ректором.

4. ФУНКЦИИ ДЕПАРТАМЕНТА МАРКЕТИНГА И ИМИДЖЕВОЙ ПОЛИТИКИ

Основными функциями управления являются:

4.1 Взаимодействие с внешней средой университета в сфере образовательных услуг, с заказчиками и потребителями этих услуг на основе развития каналов маркетинговых коммуникаций.

4.2 Анализ, оценка и разработка предложений по развитию внутренней и внешней маркетинговой среды университета.

4.3 Организация информирования общественности, потребителей образовательных услуг, сотрудников университета о различных аспектах деятельности университета через средства массовой информации и внутренние информационные ресурсы.

4.4 Проведение маркетинговых исследований рынка образовательных услуг, потребительского мониторинга качества образовательных услуг университета.

4.5 Подготовка для руководства университета аналитических, информационных и других материалов по вопросам позиционирования университета на рынке образовательных услуг, удовлетворенности потребителей образовательными услугами университета.

4.6 Организация взаимодействия с рекламодателями, предприятиями и организациями по вопросам продвижения образовательных услуг.

4.7 Организация и участие в проведении выставочных мероприятий, направленных на продвижение образовательных услуг университета и укрепление бренда вуза.

4.8 Создание благоприятных информационных поводов, организация PR-мероприятий, направленных на укрепление позиций университета на рынке образовательных услуг.

4.9 Проведение работ по информационному обеспечению и дизайну портала университета, управление и координация деятельности структурных подразделений университета в части работы с сайтом университета.

4.10 Комментарий официальной позиции руководства для СМИ

4.11. Разработка и поддержание фирменного стиля УО "АВУ"

4.12 Разработка рекламно-сувенирной продукции УО "АВУ", печатных рекламно-информационных материалов о деятельности университета и его образовательных услугах.

4.13 Организация работы с рекламодателями, заключение договоров на размещение рекламно-информационных материалов в университете, контроль за размещаемой в университете рекламой.

4.14 Разработка предложений по развитию спектра образовательных услуг университета

5. МАТЕРИАЛЬНОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

5.1. Материальное обеспечение.

5.1.1. Обеспечение оргтехникой (компьютеры, принтер и т.д.);

5.1.2. Ремонт оборудования производится согласно графику технического обслуживания оборудования.

5.2. Информационное обеспечение.

5.2.1. Обеспечение нормативной документацией осуществляется юристом Университета.

6. ОБЕСПЕЧЕНИЕ УСЛОВИЙ ТРУДА И БЕЗОПАСНОСТИ ПЕРСОНАЛА

6. Условия труда и безопасность сотрудников департамента маркетинга и имиджевой политики должны отвечать требованиям «Санитарных правил и норм» и «Техники безопасности».

7. ДЕЛОПРОИЗВОДСТВО И КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ

7.1. В департаменте маркетинга и имиджевой политики ведутся дела в соответствии со сводной номенклатурой дел Университета, утвержденной ректором.

7.2. Каждый специалист департамента несет полную ответственность за сохранность и неразглашение конфиденциальной информации, доступ к которой получен при выполнении своих должностных обязанностей.

8. СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА И КАЧЕСТВА

8.1. В департаменте маркетинга и имиджевой политики реализуются элементы системы менеджмента и качества учебно-воспитательного процесса. Внедряются документы системы менеджмента и качества.

8.2. Руководитель департамента анализирует эффективность и результативность работы коллектива и разрабатывает перспективный план мероприятий по совершенствованию деятельности.

