**Автономная некоммерческая образовательная организация высшего образования «Воронежский экономико-правовой институт» (АНОО ВО «ВЭПИ»)**

АНОО ВО "ВОРОНЕЖСКИЙ ЭКОНОМИКО-ПРАВОВОЙ ИНСТИТУТ", АНОО ВО "ВЭПИ", ВЭПИ

Подписано цифровой подписью: АНОО ВО "ВОРОНЕЖСКИЙ ЭКОНОМИКО-ПРАВОВОЙ ИНСТИТУТ", АНОО ВО "ВЭПИ", ВЭПИ
Дата: 2021.01.01 16:02:58 +03'00'

УТВЕРЖДАЮ
Ректор
_____ С.Л. Иголкин
«___» _____ 2020 г.

# ПОЛОЖЕНИЕ
об отделе маркетинга

## 1. Общие положения

1.1. Отдел маркетинга является структурным подразделением Автономной некоммерческой образовательной организации высшего образования «Воронежский экономико-правовой институт» (далее – Институт), которое осуществляет организацию профориентационной работы в Институте.

1.2. В своей деятельности отдел руководствуется действующим законодательством РФ, подзаконными нормативными актами и локальными нормативными актами Института.

1.3. Создание, реорганизация, а также ликвидация отдела осуществляется на основании приказа ректора Института.

1.4. Структура отдела и соответствующее штатное расписание утверждается ректором Института.

1.5. Отдел непосредственно подчиняется проректору по воспитательной и профориентационной работе и отделу внеучебной работы Института.

## 2. Основные задачи отдела

2.1. Популяризация Института как учебного, научного и культурного центра.

2.2. Привлечение абитуриентов в Институт.

2.3. Создание единого информационного пространства для решения образовательных, научных, социально-экономических задач Института.

2.4. Построение системы информирования населения региона о предоставляемых Институтом услугах.

## 3. Функции

3.1. Информационная функция:

3.1.1. Освещение деятельности Института в СМИ;

3.1.2. Создание видео- и фотоархивов Института;

3.1.3. Информационная поддержка сайта Института;

3.1.4. Подготовка пресс-релизов, организация публикаций и выступлений сотрудников Института в новостных программах на телевидении, на радио, в газетах;

3.1.5. Рекламно-информационная поддержка продвижения новых образовательных, научных программ Института;

3.1.6. Проведение культурно-массовых мероприятий в целях рекламы Института и привлечения абитуриентов;

3.1.7. Посещение образовательных организаций с целью донесения информации об Институте до абитуриентов.

3.2. Организационная функция:

3.2.1. Взаимодействие отдела с руководством Института;

3.2.2. Согласование планов и бюджета рекламных кампаний с руководством Института;

3.2.3. Участие в подготовке рекламных кампаний по набору абитуриентов в Институт;

3.2.4. Составление сводного плана профориентационных мероприятий, организуемых Институтом на учебный год.

3.3. Контролирующая функция:

3.4.1. Мониторинг содержания информации об Институте, размещаемой в СМИ;

3.4.2. Принятие мер по исправлению информации о событиях Института в случаях неадекватного освещения в СМИ;

3.4.3. Мониторинг проведения мероприятий, организуемых Институтом.

3.5. Функция образовательного маркетинга:

3.5.1. Мониторинг рынка труда в регионе;

3.5.2. Мониторинг рынка образовательных услуг региона;

3.5.3. Мониторинг степени удовлетворенности клиентов услугами Института.

3.5.4. Планирование профориентационной деятельности;

3.5.5. Сбор материала о предлагаемых профессиях для использования в выступлении в ходе запланированных мероприятий;

3.5.6. Выполнение плана по набору студентов;

3.5.7. Организация и проведение работы с абитуриентами по информированию о правилах приема и условиях обучения в Институте;

3.5.8. Анализ опыта образовательных организаций среднего профессионального и высшего образования в регионе.

## 4. Права и ответственность

4.1. Ответственность за качество и своевременность возложенных настоящим Положением на отдел задач и функций несет начальник отдела.

4.2. Начальник отдела назначается на должность и освобождается от должности приказом ректора Института.

4.3. Начальник отдела имеет право:

4.3.1. Вносить предложения ректору по совершенствованию деятельности отдела и его организационной структуры;

4.3.2. Запрашивать в других структурных подразделениях Института необходимую информацию и документы для надлежащего выполнения функций отдела;

4.3.3. Вести деловую переписку по вопросам, относящимся к компетенции отдела.

4.4. Степень ответственности специалистов отдела устанавливается должностными инструкциями.

## 5. Взаимоотношения со структурными подразделениями и филиалами Института

5.1. Отдел осуществляет свою деятельность во взаимодействии со всеми структурными подразделениями и филиалами Института.

## 6. Заключительные положения

6.1. Настоящее Положение вступает в силу со дня его утверждения ректором Института, имеет прямое действие и сохраняет свою силу до его отмены.

Начальник
отдела маркетинга С.А. Харченко