

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Рулевский Виктор Михайлович
Должность: Ректор
Дата подписания: 04.08.2023 08:05:05
Уникальный программный ключ:
2c6a916bb182a2b57caf6f9aeeb7bfd7948124

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ
УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»**

УТВЕРЖДАЮ

Ректор ТУСУР
_____ В.М. Рулевский
« ____ » _____ 2019 г.

ПОЛОЖЕНИЕ О СТРУКТУРНОМ ПОДРАЗДЕЛЕНИИ

Центр маркетинговых коммуникаций
(подразделение)

ПП ДУиСР ЦМК-2019

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Центр маркетинговых коммуникаций в составе департамента управления и стратегического развития создан на основании приказа ректора № 823 от «27» сентября 2019 года.

1.2. Центр маркетинговых коммуникаций (ЦМК) является структурным подразделением департамента управления и стратегического развития университета и не является юридическим лицом.

1.3. ЦМК в своей деятельности руководствуется действующим законодательством Российской Федерации в области образования, Уставом ТУСУР, решениями ректора, Ученого совета и нормативно-методическими документами университета, в том числе системы менеджмента качества университета.

1.4. Руководство работой центра осуществляет начальник центра, который подчиняется директору департамента управления и стратегического развития университета.

1.5. Штатное расписание Центра составляется и утверждается в установленном в университете порядке.

1.6. ЦМК может быть ликвидирован, реорганизован или переименован приказом ректора.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ЦЕНТРА

2.1. Целью деятельности ЦМК является: обеспечение деятельности департамента управления и стратегического развития университета в сфере маркетинга, направленной на достижение целей и задач, которые стоят перед университетом.

2.2. Основными задачами ЦМК являются:

- подбор эффективной маркетинговой стратегии для департамента управления и стратегического развития университета на основании данных маркетинговых исследований, проведенных ЦМК;

- разработка и реализация системы маркетинговых мероприятий по формированию, развитию и продвижению бренда университета, укреплению имиджа университета как современного исследовательского предпринимательского университета;

- создание и развитие эффективной системы маркетингового продвижения университета на национальном и мировом уровнях с использованием современных каналов продвижения;

- развитие направления маркетинга образовательных услуг (в том числе услуг дополнительного образования, платных образовательных услуг) и научно-исследовательских услуг как приоритетных;

- развитие фирменного стиля университета как элемента эффективного маркетинга, контроль за его целостностью, формирование единого корпоративного дизайна для рекламно-информационных носителей всех подразделений университета;
- развитие корпоративной культуры университета посредством формирования и сохранения фирменного стиля как элемента эффективного внутреннего маркетинга, популяризации его среди сотрудников университета;
- развитие корпоративных информационных ресурсов на русском и иностранных языках (английский, французский, китайский и другие) для эффективного маркетинга образовательных и научно-исследовательских услуг в России и за рубежом;
- обеспечение единой политики университета в осуществлении маркетинговой деятельности на рынке образовательных услуг и научно-исследовательских услуг;
- оказание консультативной помощи структурным подразделениям университета по вопросам реализации маркетинговой стратегии университета.

3. ФУНКЦИИ

Для реализации своих задач ЦМК осуществляет следующие функции:

3.1. По заданию директора департамента управления и стратегического развития проводит аналитику и маркетинговые исследования с целью повышения эффективности рекламных мероприятий.

3.2. На основании данных маркетинговых исследований инициирует и координирует деятельность департамента управления и стратегического развития университета в сфере маркетинговых коммуникаций на региональном, национальном и международном уровнях.

3.3. По заданию директора департамента управления и стратегического развития разрабатывает руководство по применению фирменного стиля университета (брендбук), организует работы по обновлению и дополнению брендбука, доносит его содержание до подразделений университета, контролирует его использование подразделениями университета, консультирует подразделения о способах его использования. (Приказ об использовании брендбука и фирменного стиля выпускается подразделением; Приказ и руководство об использовании размещается на сайте ТУСУРа; контроль за целостностью достигается путем самостоятельной подготовки рекламных материалов).

3.4 По заданию директора департамента управления и стратегического развития разрабатывает и готовит к печати информационные полиграфические материалы об университете на русском и иностранных языках, выпускает сувенирную продукцию с символикой университета, наполняет интернет-магазин сувенирной продукции с символикой университета, разрабатывает и изготавливает игровые и графические ролики, рекламные и

корпоративные фильмы и анимацию об университете и для его нужд на русском и иностранных языках. Тексты прямых высказываний первых лиц университета, публикуемые в любых видах рекламных материалов, готовит Управление информационной политики; в число первых лиц входят президент университета, ректор университета.

3.5 По заданию директора департамента управления и стратегического развития участвует в подготовке рекламно-информационных материалов об университете на русском и иностранных языках, если эти материалы не содержат прямых высказываний первых лиц университета. Тексты высказываний первых лиц университета готовит Управление информационной политики.

3.6. По заданию директора департамента управления и стратегического развития участвует в подготовке и проведении рекламных кампаний, разработке рекламной продукции для выставок, конференций и иных презентационных мероприятий в России и странах ближнего и дальнего зарубежья.

3.7. Осуществляет подготовку предложений руководству университета по вопросам развития фирменного стиля и маркетинговых коммуникаций университета.

3.8. Организует разработку проектов локальных нормативных актов, касающихся сферы деятельности ЦМК.

4. УПРАВЛЕНИЕ И КОНТРОЛЬ

4.1. Начальник центра является руководителем ЦМК, который назначается и освобождается от работы приказом ректора по представлению директора департамента управления и стратегического развития на основании заключенного трудового договора.

4.2. Начальник центра должен иметь высшее профессиональное образование по специальности «Реклама», «Связи с общественностью» и стаж работы в сфере маркетинга и рекламы не менее 5 лет или высшее профессиональное образование и дополнительное профессиональное образование в области рекламы и связей с общественностью и стаж работы в сфере маркетинга и рекламы не менее 5 лет.

4.3. Во время отсутствия начальника ЦМК при необходимости его обязанности выполняет лицо, назначаемое в установленном порядке по согласованию с директором департамента управления и стратегического развития.

4.4. Права и ответственность связаны с выполнением подразделением его функций и установлены через права и ответственность начальника центра и сотрудников подразделения, изложенные в соответствующих должностных инструкциях.

4.5. Начальник центра несет личную ответственность за выполнение возложенных на подразделение задач, предусмотренных данным Положением, в том числе:

- рациональную организацию труда сотрудников подразделения;
- состояние трудовой дисциплины, работу с кадрами;
- состояние охраны труда и безопасности;
- достижение целей и задач подразделения;
- должностные обязанности сотрудников центра.

5. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ ЦЕНТРА

5.1. ЦМК имеет право:

- запрашивать в структурных подразделениях университета информацию и материалы, необходимые для выполнения задач и функций центра;
- привлекать в установленном порядке сотрудников структурных подразделений университета к работе по подготовке документов, материалов, мероприятий по организации работы в университете, связанной с коммуникацией и рекламой;
- осуществлять контроль рекламной и PR деятельности кафедр, факультетов и иных подразделений;
- вносить предложения и рекомендации по совершенствованию рекламной и коммуникационной работы на кафедрах и факультетах;
- представлять руководству предложения по совершенствованию рекламной и коммуникационной деятельности университета.

6. ИМУЩЕСТВО И ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ

6.1. Финансовыми источниками, обеспечивающими деятельность ЦМК, являются средства субсидии на выполнение ГЗ, средства от приносящей доход деятельности и иные поступления, не запрещенные действующим законодательством РФ.

6.2. ЦМК размещается на закрепленных приказом (распоряжением) ректора университета площадях.

6.3. Основные фонды и иное имущество ЦМК являются федеральной собственностью, закреплены за университетом на праве оперативного управления и находятся на ответственном хранении у материально ответственного лица (МОЛ).

6.4. Начальник ЦМК организует обеспечение достоверного учета и сохранности товарно-материальных ценностей, закрепленных за МОЛ.

6.5. Сотрудники центра обязаны использовать имущество центра бережно и экономно и в соответствии с его целевым назначением.

Начальник центра
маркетинговых
коммуникаций

подпись

дата

О.В. Городович

инициалы, фамилия

Начальник ФАО

подпись

дата

Е.Н. Андреева

инициалы, фамилия

И.о. начальника отдела
кадров

подпись

дата

С.В. Потапова

инициалы, фамилия

Начальник юридической
службы

подпись

дата

О.А. Кузьменко

инициалы, фамилия

СОГЛАСОВАНО:

Директор департамента
управления и
стратегического развития

подпись

дата

Ю.А. Шурыгин

инициалы, фамилия