



ДНІПРОПЕТРОВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

Система управління якістю

ЗАТВЕРДЖУЮ

ПРЕЗИДЕНТ

Б.І. ХОЛОД

« 21 » червня 2016 р.

ПОЛОЖЕННЯ

про департамент маркетингу

ПП-551-098

м. Дніпропетровськ

2016 р.



Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля

Система управління якістю

ЗАТВЕРДЖУЮ:


ПРЕЗИДЕНТ _____ Б.І. ХОЛОД

« 21 » червня 2016 р.

ПОЛОЖЕННЯ про департамент маркетингу

ПП-551-098

м. Дніпропетровськ
2016 р.

| | | | |
|---|--|-------------------|------------|
|  | Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля | Код ПП-551-098 | Стор. 3 |
| | Положення про департамент маркетингу | | Редакція 2 |

Лист погодження

Випускаючий підрозділ: Департамент маркетингу

| | <i>Посада</i> | <i>ПІБ</i> | <i>Підпис</i> | <i>Дата</i> |
|----------|-----------------------------------|----------------|---------------|-------------|
| Розробив | Начальник департаменту маркетингу | Мішустіна Т.С. | | |


Документ узгоджено:

| <i>Посада</i> | <i>ПІБ</i> | <i>Підпис</i> | <i>Дата</i> |
|--|---------------|---------------|-------------|
| Перший проректор | Задоя А.О. | | |
| Проректор із забезпечення якості вищої освіти | Глуха Г.Я. | | |
| Начальник центру управління якістю | Вакарчук С.Б. | | |
| Проректор з організації та розвитку науково-інноваційного процесу | Холод С.Б. | | |
| Начальник відділ розвитку персоналу та електронного документообігу | Рубан О.О. | | |
| Юрисконсульт | Шкабаро В.М. | | |

Документ замінює ПП-551-021 «Положення про медіа центр» та ПП-551-005 «Положення про Центр кар'єри» 2012 р.


Термін перегляду даного документу 1 раз на 5 років

| Актуалізовано | | | | |
|--------------------|----------|----------|----------|----------|
| | 20... р. | 20... р. | 20... р. | 20... р. |
| Дата | | | | |
| Підпис | | | | |
| Прізвище, ініціали | | | | |

| | | | |
|---|--|------------|------------|
|  | Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля | Код | Стор. 4 |
| | Положення про департамент маркетингу | ПП-551-098 | Редакція 2 |

Зміст

| | |
|---|----|
| 1. Загальні положення | 2 |
| 2. Структура підрозділу | 3 |
| 3. Мета та завдання | 4 |
| 4. Функції | 5 |
| 5. Мета, задачі та основні функції Центру кар'єри, що входить до складу департаменту маркетингу | 5 |
| 6. Мета, задачі та основні функції Медіа-центру, що входить до складу департаменту маркетингу | 7 |
| 7. Права | 7 |
| 8. Відповідальність | 9 |
| 9. Показники ефективності діяльності. | 9 |
| 10. Додатки | |
| Додаток А | 10 |
| Додаток Б | 11 |
| 11. Лист реєстрації змін..... | 12 |
| 12. Лист ознайомлення | 13 |

| | | | |
|---|---|------------|------------|
|  | Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля | Код | Стор. 5 |
| | Положення про департамент маркетингу | ПП-551-098 | Редакція 2 |

1. Загальні положення

Департамент маркетингу є базовим структурним підрозділом Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля (далі Університету). У своїй діяльності департамент маркетингу керується нормативними, організаційними, методичними, документами згідно з Додатком А.

Робота департаменту маркетингу ґрунтується на засадах об'єктивності, професійності, науковості, гуманізму, демократизму, відповідальності, колегіальності та гласності.

Департамент маркетингу створюється і ліквідується наказом ректора університету.

Департамент маркетингу підпорядковується проректору з організації та розвитку науково-інноваційного процесу.

Керівник підрозділу призначається та звільнюється ректором університету на підставі пропозицій проректору з організації та розвитку науково-інноваційного процесу.

2. Структура департаменту маркетингу

Структуру та штатний розклад затверджує ректор університету на підставі пропозицій проректора з організації та розвитку науково-інноваційного процесу (Додаток Б)

До складу департаменту маркетингу входять:

- Центр кар'єри.
- Медіа-центр.

3. Мета та завдання департаменту маркетингу


3.1. Основною метою департаменту маркетингу є розвиток бренду університету як: ***«інноваційного вищого навчального закладу, який забезпечує якісну бізнес-освіту європейського рівня»***.

3.2. Основними задачами департаменту маркетингу є:

3.2.1. Уніфікація рекламної діяльності, розширення інформаційного простору, оприлюднення інформації стосовно діяльності Університету та формування його максимальної відкритості для громадськості.

3.2.2. Зміцнення конкурентних позицій університету на освітньому ринку, укріплення відносин з потенційними споживачами в довгостроковому періоді шляхом створення репутації та довіри до університету на ринку.

3.2.3. Залучення клієнтів, зокрема, талановитої молоді, інформаційна підтримка як на протязі вступної кампанії, так і на протязі всього періоду навчання, надання інформації щодо можливостей вдосконалювати знання та навички протягом кар'єри разом з університетом

| | | | |
|---|---|------------|------------|
|  | Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля | Код | Стор. 6 |
| | Положення про департамент маркетингу | ПП-551-098 | Редакція 2 |

3.2.4. Формування іміджу та сприяння підвищенню впізнаваності та лояльності до бренду Університету серед цільової аудиторії.

3.2.5. Сприяння реалізації права студентів і випускників на працю та створення умов для отримання ними першого робочого місця.

4. Функції департаменту маркетингу

4.1. *Для вирішення завдання «Уніфікація рекламної діяльності, розширення інформаційного простору, оприлюднення інформації стосовно діяльності Університету та формування його максимальної відкритості для громадськості» департамент маркетингу виконує наступні функції:* Координує роботу медіа-центру та центру кар'єри

4.2. *Для вирішення завдання «Зміцнення конкурентних позицій університету на освітньому ринку, укріплення відносин з потенційними споживачами в довгостроковому періоді шляхом створення репутації та довіри до університету на ринку» департамент маркетингу виконує наступні функції:*

- Планує маркетингову діяльність університету.
- Координує роботу медіа центру та центру кар'єри.

4.3. *Для вирішення завдання «Залучення клієнтів, зокрема, талановитої молоді, інформаційна підтримка як на протязі вступної кампанії, так і на протязі всього періоду навчання, надання інформації щодо можливостей вдосконалювати знання та навички протягом кар'єри разом з університетом» департамент маркетингу виконує наступні функції:* Координує роботу медіа центру та центру кар'єри.

4.4. *Для вирішення завдання «Формування іміджу та сприяння підвищенню впізнаваності та лояльності до бренду Університету серед цільової аудиторії» департамент маркетингу виконує наступні функції:*

- Планує та здійснює профорієнтаційні заходи з абітурієнтами
- Координує роботу медіа центру та центру кар'єри.

4.5. *Для вирішення завдання «Сприяння реалізації права студентів і випускників на працю та створення умов для отримання ними першого робочого місця» департамент маркетингу виконує наступні функції:*

- Планує та здійснює профорієнтаційні заходи з абітурієнтами
- Координує роботу медіа центру та центру кар'єри


5. Мета, задачі та основні функції Центру кар'єри , що входить до складу департаменту маркетингу

5.1 Мета Центру кар'єри (далі ЦК)

5.1.1. Основна мета ЦК: створення середовища, що буде підтримувати активний вибір професійної кар'єри студентами і випускниками та підвищення рівня конкурентоспроможності студентів на ринку праці.

5.2.Основними задачами ЦК є:

5.2.1. Встановлення та підтримка партнерського та ділового співробітництва з бізнес структурами та організаціями.

| | | | |
|---|--|------------|------------|
|  | Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля | Код | Стор. 7 |
| | Положення про департамент маркетингу | ПП-551-098 | Редакція 2 |

- 5.2.2. Загальна координація діяльністю Громадської ради з оцінювання професійних компетенцій випускників Університету (далі – Громадська рада).
- 5.2.3. Здійснення постійного пошуку інформації про вакансії, сприяння працевлаштуванню студентів, випускників Університету.
- 5.2.4. Проведення Днів кар'єри, конференцій, круглих столів, семінарів та тренінгів з питань побудови кар'єри та працевлаштування.
- 5.2.5. Встановлення та підтримка зв'язків з випускниками Університету. Загальна координація діяльністю «Асоціації випускників Університету».

5.3. Функції ЦК

5.3.1. *ЦК для вирішення завдання «Встановлення та підтримка партнерського та ділового співробітництва з бізнес структурами та організаціями» виконує наступні функції:*


- Підтримує зв'язки з існуючими партнерами (здійснення спільних проектів, запрошення на зустрічі та заходи до Університету, участь у заходах партнерів).
- Веде інформаційну базу організацій партнерів.
- Веде пошук нових партнерів.
- Організовує вибірку, проводить опитування серед роботодавців.
- Аналізує інформацію опитувань, готує звіти та первинні рекомендації.

5.3.2. *ЦК для вирішення завдання «Загальна координація діяльністю Громадської ради з оцінювання професійних компетенцій випускників Університету» виконує наступні функції:*

- Складає та затверджує план роботи Громадської ради на рік.
- Ознайомлює з планом роботи всіх членів Громадської ради.
- Готує проведення засідань Громадської ради.
- Веде документацію Громадської ради.
- Організовує вибірку, проводить опитування серед громадськості.
- Аналізує інформацію опитувань, готує звіти та первинні рекомендації.

5.3.3. *ЦК для вирішення завдання «Здійснення постійного пошуку інформації про вакансії, сприяння працевлаштуванню студентів, випускників Університету» виконує наступні функції:*

- Заключає договори з організаціями про співробітництво з питань сприяння професійному росту студентів.
- Надає інформацію щодо наявних вакансій, про умови працевлаштування.
- Отримує від студентів, випускників заявки на вакансії, резюме та пропонує варіанти працевлаштування.
- Надає додаткові знання з питань засвоєння ефективних методів просування на ринку праці.
- Проводить для цільової категорії презентації, майстер-класи, започатковує конкурсні програми, стипендіальні програми тощо.

| | | | |
|---|--|------------|------------|
|  | Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля | Код | Стор. 8 |
| | Положення про департамент маркетингу | ПП-551-098 | Редакція 2 |

5.3.4. ЦК для вирішення завдання «Проведення Днів кар'єри, конференцій, круглих столів, семінарів та тренінгів з питань побудови кар'єри та працевлаштування» виконує наступні функції:

- Планує проведення заходу.
- Розробляє проект та план проведення заходу.
- Співпрацює з зовнішніми організаціями щодо їх участі у заході.
- Проводить заходи за участю представників зовнішніх організацій та студентів.

5.3.5. ЦК для вирішення завдання «Встановлення та підтримка зв'язків з випускниками Університету. Загальна координація діяльності «Асоціації випускників Університету» виконує наступні функції:


- Збирає та оновлює електронну базу даних про випускників Університету через відповідальних за роботу з випускниками від кафедр.
- Ознайомлює з оновленою базою кафедри.
- Підтримує зв'язки з випускниками.
- Планує заходи за участю випускників.
- Проводить загальну координацію діяльності «Асоціації випускників Університету».
- Організовує вибірку, проводить опитування серед випускників.
- Аналізує інформацію опитувань, готує звіти та первинні рекомендації.

6. Мета, задачі та основні функції Медіа-центру (МЦ), що входить до складу департаменту маркетингу

6.1. Основною метою МЦ є забезпечення формування позитивного іміджу ДУЕП ім. А.Нобеля.

6.2. Основними задачами МЦ є:

- 6.2.1. Розробка медіа-плану головних річних кампаній та планів медійного та інформаційного забезпечення всіх головних подій, забезпечуючи всі сфери діяльності Університету, а також заходів з формування позитивного іміджу.
- 6.2.2. Вибір способу донесення інформації до громадськості (ТБ, радіо, преса, друк, сувеніри, Інтернет-сайти університету, інші заходи)
- 6.2.3. Здійснення роботи із створення та розповсюдження іміджевої продукції.
- 6.2.4. Організація передачі завдань на виробництво рекламної та сувенірної продукції стороннім виконавцям.
- 6.2.5. Організація процесу оплати роботи сторонніх організацій (процес підписання договорів, отримання рахунків, прийняття-здачі виконаної роботи з підписанням актів, контроль своєчасної сплати за рахунками сторонніх організацій).
- 6.2.6. Організація архівування та інших способів збереження інформаційних матеріалів.

| | | | |
|---|---|------------|------------|
|  | Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля | Код | Стор. 9 |
| | Положення про департамент маркетингу | ПП-551-098 | Редакція 2 |

6.3. Функції МЦ

6.3.1. МЦ для вирішення завдання «Формування позитивного іміджу Університету» виконує наступні функції:


- Оцінює важливість інформації про події в університеті для досягнення основної мети діяльності МЦ.
- Аналізує ймовірні способи виконання завдань з розповсюдження необхідної інформації.
- Організує процес узгодження, корегування змісту інформації, а також затвердження результатів керівництвом університету.
- Розробляє макет, сценарій сюжету чи заходу в залежності від способу виконання завдання.
- Складає кошторис та узгоджує його з керівництвом університету.
- Розробляє договірні документи та, після узгодження з юристом, організує підписання документів керівництвом університету.
- Виготовляє необхідну продукцію або контролює її виготовлення сторонніми організаціями.

6.3.2. МЦ для вирішення завдання «Маркетингове забезпечення основних подій та проектів» виконує наступні функції:

- Подає за погодженням з керівниками підрозділів перелік необхідних маркетингових засобів та подій, сувенірної та іміджевої продукції.
- Складає та подає на затвердження керівництву план маркетингового забезпечення акцій та подій Університету,
- Веде договірну роботу з зовнішніми організаціями щодо найбільш ефективного маркетингового забезпечення,
- Організує проведення виставкових, презентаційних та рекламних заходів.

6.3.3. МЦ для вирішення завдання «Виконання комунікаційних завдань у телевізійній, Інтернет, ЗМІ та інших медійних сферах» виконує наступні функції:

- Заключає договори з зовнішніми організаціями на розповсюдження інформації та реклами освітніх послуг.
- Організує систему оперативного збирання інформації за участю уповноважених, які представляють всі кафедри та структурні підрозділи.
- Організує удосконалення системи ефективного розповсюдження інформації через зовнішні та внутрішні мережі.
- Забезпечує своєчасне внесення нової інформації в ЗМІ, у ТБ-ефірі або на сайти університету;
- Аналізує результати маркетингових досліджень щодо оцінки задоволення споживачів;

| | | | |
|---|--|------------|------------|
|  | Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля | Код | Стор. 10 |
| | Положення про департамент маркетингу | ПП-551-098 | Редакція 2 |

- Розробляє план заходів щодо забезпечення та покращення інформування громадськості про діяльність університету та переваги його послуг


7. Відповідальність Департаменту маркетингу

Департамент маркетингу несе відповідальність за:

- 7.1. Виконання планів департаменту маркетингу.
- 7.2. Своєчасне та якісне подання інформації ректорату та іншим підрозділам Університету.
- 7.3. Своєчасне та якісне виконання функцій та завдань.
- 7.4. Виконання правил охорони праці, техніки безпеки, нерозголошення комерційної та службової таємниці.
- 7.5. Раціональне і за призначенням використання трудових, фінансових, матеріальних, інформаційних та технічних ресурсів, наданих центру.
- 7.6. Виконання фінансової та штатної дисципліни та Правил внутрішнього розпорядку університету.

8. Показники ефективності Департаменту маркетингу


- 8.1. Своєчасність та повнота виконання плану роботи.
- 8.2. Відсутність скарг щодо несвоєчасного та неефективного висвітлення інформації про університет.
- 8.3. Відсутність порушень трудової дисципліни.
- 8.4. Своєчасне і якісне виконання завдань і реалізація функцій всіма співробітниками Департаменту маркетингу.

| | | | |
|---|--|------------|------------|
|  | Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля | Код | Стор. 11 |
| | Положення про департамент маркетингу | ПП-551-098 | Редакція 2 |

Додаток А

ПЕРЕЛІК НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ ЦК

| № | Назва документу | Шифр документу (код) | Примітки |
|---------------------------------------|---|----------------------|------------|
| 1. | Закон України «Про вищу освіту» | | зовнішній |
| 2. | Положення про Громадську раду з оцінювання професійних компетенцій випускників Дніпропетровського університету економіки та права | ПО-551-009 | внутрішній |
| | Накази МОН | | |
| | Закони про інформацію України | | |
| 3. | Закон про рекламу України | | |
| Внутрішні нормативні документи | | | |
| | Нормативні документи Університету | | |
| | Накази та Розпорядження Ректора Університету | | |
| | Положення про департамент маркетингу | | |

| | | | |
|---|--|------------|------------|
|  | Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля | Код | Стор. 12 |
| | Положення про департамент маркетингу | ПП-551-098 | Редакція 2 |

Додаток Б.

