

**Положение об отделе рекламы
частного образовательного учреждения высшего образования
«ЮЖНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (ИУБиП)»**

1. Общие положения

- 1.1. Отдел рекламы, являясь самостоятельным структурным подразделением, создается и ликвидируется приказом ректора
- 1.2. Отдел подчиняется непосредственно директору по маркетингу. Данное подразделение входит в состав центра маркетинга и развития, и именуется "отдел рекламы".
- 1.3. Отдел возглавляет руководитель, назначаемый на должность приказом ректора.
- 1.4. Руководитель отдела рекламы имеет ассистента.
- 1.5. Обязанности ассистента определяются руководителем отдела рекламы.
- 1.6. Ассистент и руководитель структурных подразделений в составе отдела рекламы, другие работники отдела назначаются на должности и освобождаются от должностей приказом ректора по представлению директора по маркетингу.
- 1.7. В своей деятельности отдел руководствуется:
 - законодательством Российской Федерации;
 - уставом;
 - настоящим положением.

2. Структура

- 2.1. Состав и штатную численность отдела рекламы утверждает ректор, исходя из конкретных условий и особенностей деятельности предприятия по представлению директора по маркетингу согласованию с руководителем отдела рекламы
- 2.2. В состав отдела входят группы специалистов, отвечающих за отдельные направления работы отдела разработку рекламных кампаний; подготовку рекламных текстов; творческое производство; дизайн.
- 2.3. Распределение обязанностей между работниками отдела осуществляется руководителем отдела рекламы.

3. Задачи

На отдел рекламы возлагаются следующие задачи:

- 3.1. Определение направлений и планирование рекламных кампаний.
- 3.2. Разработка рекламных материалов.
- 3.3. Организация рекламных кампаний.

4. Функции

Отдел рекламы выполняет следующие функции:

- 4.1. Выполняет работу по рекламированию оказываемых предприятием услуг с целью их продвижения на рынки сбыта.
- 4.2. Обеспечивает формирование рекламной стратегии, основанной на перспективных направлениях дальнейшего организационного развития, инновационной и инвестиционной деятельности.
- 4.3. Планирует работы по проведению рекламных кампаний:
 - изучает сегменты рынка, на которых планируется рекламировать услуги;
 - определяет цели рекламной кампании;
 - вырабатывает основные идеи рекламной кампании;
 - определяет типы конкретных носителей рекламы (газеты, журналы, рекламные ролики и др.) и их оптимальное сочетание;
 - выбирает формы и методы рекламы в средствах массовой информации: их текстовое, цветное и музыкальное оформление;

- прогнозирует сроки действия рекламы;
- определяет затраты, необходимые для проведения рекламной кампании.
- 4.4. Изучает рынок и спрос с целью определения наилучшего времени и места размещения рекламы, масштабы и сроки проведения рекламных кампаний, круг лиц, на которые должна быть направлена реклама; ориентирует рекламы на целевые группы по профессии, возрасту, покупательской способности, полу.
- 4.5. Разрабатывает рекламные тексты, эскизы и макеты каталогов, буклеты проспектов, пр. и подготавливает их для утверждения у директора по маркетингу.
- 4.6. Обеспечивает при разработке рекламных материалов соблюдение норм общественной морали, правил конкурентной борьбы, Закона Российской Федерации "О рекламе".
- 4.7. Разрабатывает фирменный стиль предприятия, подготавливает сувенирные, рекламные продукты полиграфического и промышленного исполнения (блокноты, календари, канцелярские принадлежности с логотипами предприятия, пр.) для распределения их среди работников предприятия, вступающих в деловые отношения с контрагентами.
- 4.8. Планирует участие предприятия в выставках, ярмарках:
 - согласует с директором по маркетингу перечень услуг, которые следует выставить; -
 - разрабатывает совместно с директором по маркетингу планы выставочных стендов;
 - заключает договоры с оргкомитетами выставок, ярмарок;
 - подготавливает рекламные и информационные материалы;
 - подбирает и подготавливает персонал, участвующий в выставках, ярмарках;
- 4.9. Заключает договоры по рекламированию услуг со сторонними организациями в случаях полномасштабной рекламы на телевидении, средствах массовой информации, городском общественном транспорте, пр.
- 4.10. Устанавливает связи с деловыми партнерами и расширяет внешние связи в целях совершенствования рекламной деятельности.
- 4.11. Обеспечивает сбор и систематизацию информации о рекламе продукции (работ, услуг) предприятий-конкурентов.
- 4.12. Анализирует влияние проведенных и проводимых рекламных мероприятий на изменение спроса на оказываемые услуги).

5. Права

Отдел рекламы имеет право:

- 5.1. Давать указания структурным подразделениям предприятия по вопросам, относящимся к компетенции отдела и вытекающим из функций, которые перечислены в настоящем положении. Требовать и получать от структурных подразделений предприятия материалы, необходимые для деятельности отдела.
- 5.2. Вести переписку по вопросам, входящим в компетенцию отдела и не требующим согласования с руководителем предприятия.
- 5.3. Представительствовать в установленном порядке от имени предприятия по вопросам, относящимся к компетенции отдела во взаимоотношениях с государственными и муниципальными органами, а также другими предприятиями, организациями, учреждениями.
- 5.4. По согласованию с директором по маркетингу привлекать экспертов и специалистов в области рекламы для консультаций, подготовки заключений, рекомендаций и предложений.
- 5.5. Давать разъяснения и рекомендации по вопросам, входящим в компетенцию отдела.
- 5.6. Проводить на предприятии совещания по вопросам рекламы и участвовать в конференциях и семинарах, посвященных рекламе.
- 5.7. Директор по маркетингу подписывает все документы, связанные с деятельностью отдела (планы, договоры, отчеты, сметы, справки, пр.).

6 Ответственность

- 6.1. Ответственность за надлежащее и своевременное выполнение отделом функций, предусмотренных настоящим положением, несет начальник отдела рекламы.
- 6.2. На руководителя отдела рекламы возлагается персональная ответственность за:
 - соответствие законодательству Российской Федерации издаваемых отделом инструкций,

приказов;

- выпуск рекламы с соблюдением законодательства Российской Федерации;
- обеспечение руководства предприятия информацией по вопросам работы отдела рекламы;
- своевременное и качественное исполнение документов и поручений руководства предприятия;
- сохранность информации, являющейся коммерческой тайной;
- соблюдение трудового распорядка работниками отдела.

6.3. Ответственность работников отдела рекламы устанавливается должностными инструкциями.