

Державний вищий навчальний заклад
«Університет банківської справи»

Система управління якістю

ПОЛОЖЕННЯ ПРО ВІДДІЛ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСКИСТЮ
ТА МАРКЕТИНГУ

ПОЛ СУЯ 2015

| Розроблено: | Погоджено: | Затверджено : |
|--|--|--|
| <p>Начальник відділу Гнип В.П.  «10» <u>травня</u> 2015</p> | <p>Перший проректор: Кузнецова А.Я.  «10» <u>травня</u> 2015</p> <p>Проректор: Другов О.О.  «10» <u>травня</u> 2015</p> <p>Представник керівництва з якості: Семів А.Р.  «22» <u>травня</u> 2015</p> <p>Начальник відділу роботи з персоналом: Чаплинська Л.М.  «19» <u>травня</u> 2015</p> <p>Провідний юрисконсульт: Полухіна О.Л.  «15» <u>травня</u> 2015</p> | <p>Ректор Університету Смовженко Т.С.  «15» <u>травня</u> 2015</p>  |
| Видання: 1 | Чинний з 23.10.2105 | Примірник контрольний |

| | | |
|---|---------------------------|-----------------------|
| ДВНЗ «Університет банківської справи» | Система управління якістю | ПОЛ СУЯ 2015 |
| Положення про відділ зв'язків з громадськістю та маркетингу | | Стор. 2 з 10 |
| Видання: 1 | Чинний з 23.10.2015 | Примірник контрольний |

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| 1. Загальні положення..... | 3 |
| 2. Основні завдання і функції..... | 3 |
| 3. Взаємовідносини, зв'язок | 4 |
| 4. Права структурного підрозділу..... | 6 |
| 5. Права, обов'язки та відповідальність керівника підрозділу | 6 |
| 6. Лист реєстрації змін..... | 9 |
| 7. Лист ознайомлення..... | 10 |

| | | |
|---|---------------------------|-----------------------|
| ДВНЗ «Університет банківської справи» | Система управління якістю | ПОЛ СУЯ 2015 |
| Положення про відділ зв'язків з громадськістю та маркетингу | | Стор. 3 з 10 |
| Видання: 1 | Чинний з 23.10.2015 | Примірник контрольний |

1. Загальні положення

1.1. Відділ зв'язків з громадськістю та маркетингу (далі – відділ) є централізованим структурним підрозділом Державного вищого навчального закладу «Університет банківської справи» (надалі – Університет). Окремі працівники відділу територіально знаходяться та виконують свої службові обов'язки у Львівському, Харківському та Черкаському навчально-наукових інститутах, а також в Університеті банківської справи у м. Київ. Завдання і функції відділу визначаються цим Положенням.

1.2. Відділ підпорядковується проректору з навчально-виховної роботи та міжнародного співробітництва Університету. Працівники відділу, територіально розміщені у навчально-наукових інститутах Університету знаходяться також в оперативному управлінні директорів цих інститутів з питань, відображених у їх посадових інструкціях.

1.3. У своїй діяльності відділ керується Конституцією України, Законами України «Про освіту», «Про вищу освіту», «Про запобігання корупції», «Про інформацію», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про телебачення і радіомовлення», «Про інформаційні агентства», «Про захист суспільної моралі», нормативно-правовими актами та розпорядчими документами Національного банку України, Статутом Університету, Стратегією розвитку Університету до 2017 року, Концепцією інноваційного розвитку УБС НБУ на 2010-20120 роки, Кодексом корпоративної культури Університету, Кодексом професійної етики українського журналіста, Правилами внутрішнього розпорядку Університету банківської справи, правилами і стандартами системи управління якістю, іншими нормативними документами, наказами (розпорядженнями) Університету, а також цим Положенням.

1.4. Відділ очолює начальник, якого призначає на посаду і звільняє з неї ректор Університету за поданням проректора з навчально-виховної роботи та міжнародного співробітництва.

1.5. Структура та чисельність працівників відділу затверджуються ректором Університету за поданням проректора в межах структури та чисельності працівників Університету.

1.6. Зміни і доповнення до цього Положення розробляється начальником відділу за погодженням із профільним проректором і вносяться в Положення на підставі наказу ректора Університету.

2. Основні завдання і функції

2.1. Основними завданнями відділу є:

- 2.1.1. розробка та реалізація стратегії маркетингової і рекламної діяльності та продукції Університету, його інформаційної та комунікаційної політик;
- 2.1.2. комплексне вивчення ринку освітніх послуг і розробка довгострокових, середньострокових і короткострокових прогнозів потреб споживачів в освітніх продуктах;
- 2.1.3. організація та підтримка ефективного функціонування комплексної системи маркетингових комунікацій (зв'язків з громадськістю, реклами, інших форм інформаційного просування Університету та його послуг);
- 2.1.4. об'єктивне поширення інформації про діяльність Університету у засобах масової інформації;

| | | |
|---|---------------------------|-----------------------|
| ДВНЗ «Університет банківської справи» | Система управління якістю | ПОЛ СУЯ 2015 |
| Положення про відділ зв'язків з громадськістю та маркетингу | | Стор. 4 з 10 |
| Видання: 1 | Чинний з 23.10.2015 | Примірник контрольний |

- 2.1.5. сприяння формуванню позитивного ставлення до навчального закладу громадськості, державних структур, а також зацікавлених у співпраці партнерів та абітурієнтів, зокрема шляхом участі у виставковій діяльності;
- 2.1.6. формування позитивного іміджу навчального закладу, його унікальності на ринку освітніх послуг, забезпечення зв'язків зі ЗМІ;
- 2.1.7. виконання дохідної частини кошторису доходів і витрат Університету в межах своїх компетенцій за реалізацію платних послуг відповідно до затвердженого Переліку.

2.2. Основними функціями відділу є:

- 2.2.1. розробка та реалізація комплексних програм маркетингової, рекламної, інформаційної діяльності Університету;
- 2.2.2. проведення маркетингових досліджень основних груп споживачів послуг Університету (абітурієнтів, студентів, випускників, роботодавців) з метою з'ясування якості надаваних послуг і конкурентоздатності Університету на ринку;
- 2.2.3. моніторингові дослідження ринку освітніх послуг та ринку праці, інформаційного висвітлення діяльності Університету, розробка рекомендацій щодо нових напрямів діяльності Університету, вартості його освітніх послуг;
- 2.2.4. організація участі Університету у виставковій діяльності;
- 2.2.5. формування та координування системи маркетингових комунікацій Університету (здійснення постійної PR-діяльності, проведення рекламних кампаній, у т.ч. заходів, пов'язаних із проектом «Фінансова грамотність»);
- 2.2.6. розроблення пропозицій щодо виготовлення інформаційно-реklamної, представницької продукції Університету;
- 2.2.7. надання пропозицій до кошторису доходів і витрат щодо фінансових витрат на рекламні та PR-кампанії, здійснення контролю за їх ефективним і вчасним використанням;
- 2.2.8. проведення моніторингових досліджень та PR-акцій на замовлення та за кошти сторонніх замовників;
- 2.2.9. створення, зберігання еталону brand-book та контроль за його дотриманням;
- 2.2.10. формування єдиної інформаційної політики Університету, контроль за її дотриманням, створення інформаційних банків даних, фото- і відеотеки діяльності Університету;
- 2.2.11. координація наповнення, виходу та розповсюдження корпоративних видань Університету;
- 2.2.12. координація процесу підготовки та надання інститутами інформаційних матеріалів, їх опрацювання та розповсюдження;
- 2.2.13. здійснення літературної редакції офіційних документів та публікацій Університету;
- 2.2.14. виконання інших доручень керівництва Університету з питань, що відносяться до компетенції відділу.

3. Взаємовідносини з іншими підрозділами

3.1. Свою практичну діяльність відділ здійснює у тісній взаємодії з усіма структурними підрозділами Університету та інститутів, а також іншими установами та організаціями з питань, які належать до компетенції відділу.

| | | |
|---|---------------------------|-----------------------|
| ДВНЗ «Університет банківської справи» | Система управління якістю | ПОЛ СУЯ 2015 |
| Положення про відділ зв'язків з громадськістю та маркетингу | | Стор. 5 з 10 |
| Видання: 1 | Чинний з 23.10.2015 | Примірник контрольний |

3.2. З інститутами та підрозділами Університету з питань:

- 3.2.1. координації здійснюваної в Університеті маркетингової, рекламної та PR-роботи;
- 3.2.2. забезпечення формування Зведеного (на навчальний рік) та перспективних (на п'ять років) планів інформаційно-маркетингової роботи Університету;
- 3.2.3. координації та контролю здійснюваної в Інститутах інформаційно-маркетингової роботи, у тому числі при формуванні щорічних планів та звітів з роботи у напрямках маркетингу та реклами;
- 3.2.4. одержання та погодження інформаційних матеріалів для поширення у ЗМІ, наповнення Інтернет ресурсів та публікування у виданнях Університету;
- 3.2.5. дотримання еталону brand-book;
- 3.2.6. отримання даних, необхідних для проведення маркетингових досліджень;
- 3.2.7. формування інформаційних банків даних, фото- і відеотеки діяльності Університету і його інститутів;
- 3.2.8. спільної реалізації маркетингових комунікацій Університету (здійснення PR-діяльності, проведення рекламних кампаній, виставкової діяльності тощо);
- 3.2.9. узагальнення пропозицій на виготовлення інформаційно-рекламної, представницької продукції Університету;

3.3. З Видавництвом з питань:

- 3.3.1. спільної розробки, підготовки до видання та друку рекламної продукції, зокрема й іноземними мовами;
- 3.3.2. погодження оригінал-макетів корпоративних видань;
- 3.3.3. поширення інформації про друковані видання видавництва, його нагороди та участь у різноманітних конкурсах і проектах;

3.4. З провідним юрисконсультантом щодо погодження:

- 3.4.1. нормативних та розпорядчих документів, положень, наказів та ін. документів, що регламентують діяльність відділу, або входять до його компетенції;

3.5. З відділом бухгалтерського обліку та економічної роботи з питань:

- 3.5.1. формування пропозицій до показників кошторису поточних доходів і витрат Університету на здійснення маркетингової, рекламної та PR-діяльності, їх коригування та контролю за виконанням;
- 3.5.2. надання пропозицій щодо розрахунку та обґрунтування витрат на проведення PR та рекламних заходів;
- 3.5.3. формування та обґрунтування цінових пропозицій на окремі види платних послуг за проведення моніторингових досліджень та PR-акцій на замовлення сторонніх замовників;
- 3.5.4. погодження проектів наказів з питань маркетингової, рекламної та інформаційної діяльності;

3.6. З відділом роботи з персоналом з питань:

- 3.6.1. надання пропозицій щодо навчання, перепідготовки і підвищення кваліфікації працівників відділу, оформлення документів на службові відрядження, узгодження графіку їх відпусток;
- 3.6.2. пропозицій і рішень про заохочення та нагородження працівників;
- 3.6.3. прийняття рішень про застосування до працівників заходів дисциплінарного впливу за порушення трудової дисципліни і Правил внутрішнього розпорядку;

| | | |
|---|---------------------------|-----------------------|
| ДВНЗ «Університет банківської справи» | Система управління якістю | ПОЛ СУЯ 2015 |
| Положення про відділ зв'язків з громадськістю та маркетингу | | Стор. 6 з 10 |
| Видання: 1 | Чинний з 23.10.2015 | Примірник контрольний |

3.7. З відділом забезпечення діяльності Університету з питань:

- 3.7.1. удосконалення матеріально-технічного забезпечення відділу;
- 3.7.2. координації дій щодо організаційного забезпечення проведення заходів відділу транспортом, папером, іншими канцелярськими матеріалами тощо;
- 3.7.3. забезпечення належного рівня умов праці у відповідності до санітарно-гігієнічних норм, норм пожежної безпеки та охорони праці;
- 3.7.4. надання інформації про стан виконання дохідної частини кошторису поточних доходів та витрат за спеціальним фондом;

3.8. Центром інформаційних технологій та дистанційного навчання з питань:

- 3.8.1. забезпечення технічного супроводу проведення заходів відділу Університету;
- 3.8.2. забезпечення належного технічного забезпечення діяльності відділу комп'ютерною технікою, телефонією, аудіо- та відеотехнікою; профілактики роботи технічних пристроїв;
- 3.8.3. розміщення інформації у рубриці «Новини» та «Корпоративні видання» на сайті Університету;
- 3.8.4. забезпечення відео- та фотосупроводу подій в Університеті;

3.9. Із загальним відділом щодо:

- 3.9.1. контролю ведення ділових документів, зберігання архіву та дотримання вимог Інструкції з діловодства;
- 3.9.2. вчасного одержання кореспонденції та документів, дотичних до діяльності відділу;
- 3.9.3. одержання та обліку бланків суворої звітності.

4. Права структурного підрозділу

4.1. Відділ має право:

- 4.1.1. вносити на розгляд керівництва Університету пропозиції з питань, що належать до його компетенції;
- 4.1.2. направляти своїх представників для участі в нарадах, брати участь у семінарах та інших заходах з питань, що належать до компетенції відділу;
- 4.1.3. одержувати від структурних підрозділів Університету інформацію, потрібну для виконання покладених на відділ завдань та функцій;
- 4.1.4. представляти Університет за дорученням керівництва на різноманітних заходах, які передбачають участь ЗМІ;
- 4.1.5. вимагати від підрозділів Університету представлення чи надання матеріалів, необхідних для здійснення роботи;
- 4.1.6. залучати у встановленому порядку фахівців Університету для проведення досліджень для вивчення кон'юнктури ринку, освоєнню нових ринків, організації виставок, благодійних акцій, меценатських проектів і рекламних заходів;
- 4.1.7. розробляти і подавати на затвердження керівництву Університету посадові інструкції працівників відділу;
- 4.1.8. одержувати необхідне матеріально-технічне забезпечення з врахуванням специфіки діяльності відділу;
- 4.1.9. реалізовувати інші заходи, що впливають з основних завдань та функцій відділу та не суперечать чинному законодавству України.

| | | |
|---|---------------------------|-----------------------|
| ДВНЗ «Університет банківської справи» | Система управління якістю | ПОЛ СУЯ 2015 |
| Положення про відділ зв'язків з громадськістю та маркетингу | | Стор. 7 з 10 |
| Видання: 1 | Чинний з 23.10.2015 | Примірник контрольний |

5. Права, обов'язки та відповідальність керівника

- 5.1. Керівництво діяльністю відділу здійснює начальник, який розподіляє обов'язки між працівниками, очолює, організовує та контролює їх роботу.
- 5.2. На посаду начальника відділу зв'язків з громадськістю та маркетингу призначається особа з повною вищою освітою (спеціаліст, магістр), яка має відповідний досвід роботи у галузі маркетингу та PR.
- 5.3. На час відсутності начальника його обов'язки виконує провідний фахівець відділу за наказом ректора.

5.4. Начальник відділу має право:

- 5.4.1. вимагати та отримувати від керівників структурних підрозділів Університету та інших працівників необхідну інформацію для виконання покладених на відділ функцій;
- 5.4.2. приймати рішення у відповідності зі своїми посадовими обов'язками;
- 5.4.3. за дорученням керівництва представляти Університет в інших установах та організаціях в межах своєї компетенції;
- 5.4.4. вносити на розгляд керівництва Університету пропозиції щодо покращення діяльності закладу у межах компетенції відділу;
- 5.4.5. підписувати та візувати документи у межах своєї компетенції;
- 5.4.6. брати участь у нарадах і семінарах для обговорення питань, що входять до компетенції відділу;
- 5.4.7. координувати взаємодію відділу з іншими структурними підрозділами Університету з питань, що відносяться до його компетенції.

5.5. Начальник відділу зобов'язаний:

- 5.5.1. знати структуру Університету, стратегію і перспективи його розвитку, основні цілі та завдання, які ставляться перед докторантурою та аспірантурою для реалізації основних засад Стратегії розвитку Університету;
- 5.5.2. знати вимоги законодавства України щодо запобігання та протидії корупції;
- 5.5.3. здійснювати загальне керівництво діяльністю відділу, організовувати його роботу, систематичний контроль за виконанням рішень керівництва Університету, які належать до компетенції відділу;
- 5.5.4. координувати в Університеті роботу з формування єдиної інформаційної політики Університету та просування бренду навчального закладу;
- 5.5.5. дотримуватись вимог цього Положення;
- 5.5.6. забезпечувати дотримання працівниками відділу вимог законодавства та внутрішніх нормативних документів Університету, зокрема, правил внутрішнього трудового розпорядку;
- 5.5.7. аналізувати матеріали, підготовлені працівниками відділу, з питань, що належать до їх функціональних обов'язків, і приймати відповідні рішення;
- 5.5.8. уживати заходів щодо підвищення кваліфікації та професійної підготовки працівників відділу;
- 5.5.9. забезпечувати раціональну експлуатацію та збереження виділених відділу матеріально-технічних ресурсів;
- 5.5.10. створювати належні умови для роботи працівникам відділу;
- 5.5.11. уживати заходів щодо дотримання працівниками відділу корпоративної культури;

| | | |
|---|---------------------------|-----------------------|
| ДВНЗ «Університет банківської справи» | Система управління якістю | ПОЛ СУЯ 2015 |
| Положення про відділ зв'язків з громадськістю та маркетингу | | Стор. 8 з 10 |
| Видання: 1 | Чинний з 23.10.2015 | Примірник контрольний |

5.5.12. забезпечувати дотримання працівниками відділу встановленого в Університеті протипожежного режиму, вимог правил пожежної безпеки та інструкцій про заходи пожежної безпеки та охорони праці, забезпечувати утримання наявних первинних засобів пожежогасіння, проводити первинний, повторний, позаплановий та цільовий інструктажі з питань охорони праці та пожежної безпеки відповідно до вимог чинного законодавства.

5.6. Начальник відділу несе відповідальність за:

- 5.6.1. неякісне або несвоєчасне виконання покладених на відділ маркетингу та зв'язків із засобами масової інформації завдань і функцій та невиконання або неналежне виконання своїх посадових обов'язків, що передбачені цим Положенням, а також невиконання або неналежне виконання рішень ректорату, наказів, розпоряджень ректора Університету з питань, що належать до компетенції відділу маркетингу та зв'язків із засобами масової інформації, – у межах, визначених чинним законодавством України про працю.
- 5.6.2. правопорушення, скоєні у процесі здійснення своєї діяльності, – у межах, визначених чинним адміністративним, кримінальним і цивільним законодавством України.
- 5.6.3. спричинення матеріальної шкоди, – у межах, визначених чинним цивільним законодавством і законодавством про працю України.
- 5.6.4. розголошення конфіденційної інформації та інформації, що становить службову таємницю, недотримання інструкції про порядок формування, опрацювання, обліку, зберігання і використання документів, справ, видань, які містять інформацію з обмеженим доступом, що не належить до державної таємниці в системі Національного банку України.
- 5.6.5. недотримання Правил внутрішнього розпорядку, норм охорони праці та протипожежної безпеки, невжиття заходів для створення безпечних умов праці для працівників відділу.

