МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(СПбГЭУ)

УТВЕРЖДАЮ
Ректор СПбГЭУ

_____ И.А. Максимцев
«25» 07 2024 г.

ПОЛОЖЕНИЕ
О ЦЕНТРЕ УПРАВЛЕНИЯ КОММУНИКАЦИЯМИ И РЕКЛАМОЙ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Санкт-Петербург
2024

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ 3
2. ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ 4
3. ФУНКЦИИ 5
4. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ 6
5. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ 8
6. ВЗАИМООТНОШЕНИЯ 8
7. ПОРЯДОК ПЕРЕСМОТРА ПОЛОЖЕНИЯ 8
8. ЛИСТ ОЗНАКОМЛЕНИЯ С ПОЛОЖЕНИЕМ 9

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящее Положение разработано на основании и в соответствии с Федеральным законом от 29.12.2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», Уставом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный экономический университет».

1.2. Настоящее Положение регулирует деятельность Центра управления коммуникациями и рекламой, сокращенное наименование: ЦУКиР (далее – Центр), определяет его задачи, функции, права, порядок организации работы, реорганизации и ликвидации.

1.3. Центр является структурным подразделением федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный экономический университет» (далее по тексту – СПбГЭУ, Университет).

1.4. Центр создается и ликвидируется в порядке, установленном Уставом Университета.

1.5. В состав Центра входит редакция газеты «Экономист».

1.6. Задачи, функции, права, порядок организации работы, реорганизации и ликвидации структурных подразделений, входящих в состав Центра, определяется соответствующими положениями этих структурных подразделений.

1.7. Центр возглавляет директор, назначаемый и освобождаемый от должности приказом ректора Университета.

1.8. Структуру и штатное расписание Центра утверждает ректор Университета по представлению директора.

1.9. Должностные обязанности, права, ответственность, требования к квалификации работников структурного подразделения определяются должностными инструкциями.

1.10. Центр осуществляет свою деятельность в соответствии со стратегией развития (при наличии), которую утверждает директор центра.

1.11. Центр имеет документацию, отражающую содержание, организацию и методику осуществления всех видов работ структурного подразделения, перечень которой определяется Номенклатурой дел Университета.

1.12. Центр может иметь собственный раздел (отдельную интернет-страницу) на официальном сайте СПбГЭУ, которая курируется и актуализируется ответственным за наполнение сайта сотрудником от структурного подразделения.

1.13. В своей деятельности Центр руководствуется:

- Конституцией Российской Федерации;
- Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Указами Президента Российской Федерации, Постановлениями Правительства Российской Федерации, нормативными правовыми актами

Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, органов государственной власти Санкт-Петербурга в части их компетенции;
- Законом РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I "О средствах массовой информации";
- Федеральным законом от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе";
- Законом РФ от 7 февраля 1992 г. N 2300-I "О защите прав потребителей";
- Иными нормативными правовыми актами Российской Федерации в сфере высшего образования, рекламной деятельности;
- Международными договорами и соглашениями в сфере рекламы;
- Трудовым кодексом Российской Федерации;
- Гражданским кодексом Российской Федерации;
- Уставом СПбГЭУ;
- Правилами внутреннего трудового распорядка СПбГЭУ;
- Правилами и нормами охраны труда, производственной санитарии, техники безопасности и противопожарной безопасности;
- Решениями Ученого совета СПбГЭУ, приказами и распоряжениями ректора/проректоров по направлениям деятельности, иными локальными нормативными актами Университета, касающимися его деятельности;
- Настоящим положением.

2. ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ

Основными задачами Центра являются:

2.1. В рамках обеспечения эффективных внешних и внутренних коммуникаций:

2.1.1. Достижение позитивного отношения общественности к Университету через формирование его современного имиджа посредством PR и рекламных публикаций в городских и федеральных средствах массовой информации, на сайтах партнеров Университета, а также в собственных средствах массовой информации (газета «Экономист») и сети Интернет (Интернет-портал, социальные сети СПбГЭУ);

2.1.2. Обеспечение информацией о деятельности Университета внешней общественности: органов власти, организаций, учреждений и заинтересованных лиц;

2.1.3. Оперативное взаимодействие со средствами массовой информации, общественными и государственными организациями, партнерами Университета, органами власти и др. для своевременного информирования общественности о важнейших событиях в деятельности Университета;

2.1.4. Информирование работников и студентов Университета о событиях как внутри Университета, так и вне его;

2.1.5. Ведение Интернет-портала Университета, разработка дизайна, наполнение текстовым и визуальным контентом, актуализация информации,

взаимодействие со структурными подразделениями Университета для обновления информации;

2.1.6. Ведение социальных сетей Университета, подготовка медиа-контента (видеоролики, репортажи, фоторепортажи и др.);

2.1.7. Подготовка и печать внутриуниверситетской газеты «Экономист».

2.2. В рамках рекламной и PR деятельности Университета:

2.2.1. Продвижение образовательных услуг, в т.ч.:

– довузовской подготовки школьников и абитуриентов;
– высшего образования (бакалавриат, специалитет, магистратура);
– аспирантуры и докторантуры;
– программ профессиональной переподготовки и повышения уровня квалификации.

2.2.2. Проведение рекламных и PR акций;

2.2.3. Инициирование маркетинговых исследований, связанных с позиционированием Университета;

2.2.4. Формирование у потребителей спроса на высококачественные образовательные услуги посредством инструментов PR и рекламы;

2.2.5. Разработка предложений по совершенствованию позиционирования Университета в медиаполе посредством PR и рекламы;

3. ФУНКЦИИ

В соответствии с основными задачами Центр осуществляет следующие функции:

3.1. Разработка и обеспечение перспективных и текущих планов работы Университета по взаимодействию со средствами массовой информации;

3.2. Участие в работе по созданию и использованию собственного фирменного стиля Университета;

3.3. Координация распространения информационного контента подразделений;

3.4. Создание внутриуниверситетских средств массовой информации, в том числе радио, телевидения, Интернет-газет, составление планов информационной деятельности, формирование информационной политики внутри СПбГЭУ;

3.5. Распространение в средствах массовой информации материалов об основных направлениях деятельности Университета, положении Университета, достижениях Университета в научных исследованиях, проводимых студенческих мероприятиях;

3.6. Подготовка сообщений, комментариев и аналитических обзоров для средств массовой информации о содержании решений руководства Университета, о проведении семинаров, конференций, форумов и др.;

3.7. Мониторинг, анализ и составление отчетов для руководства Университета по публикациям, посвященным Университету;

3.8. Подготовка ответов, опровержений, материалов выступлений, пресс-конференций и сообщений в средствах массовой информации и социальных сетях по высказанным в адрес Университета критическим замечаниям;

3.9. Освещение мероприятий и событий Университета;

3.11. Инициирование маркетингового изучения рынка образовательных услуг, вкусов и предпочтений потребителей;

3.12. Сбор информации от структурных подразделений Университета о перспективных и текущих планах работы по продвижению на рынок образовательных услуг. Подготовка информационных и рекламных материалов. Определение сроков размещения рекламы в СМИ;

3.13. Разработка ежегодного медиаплана подразделения;

3.14. Совершенствование бренда и фирменного стиля Университета;

3.15. Участие в приемной кампании посредством PR и рекламных инструментов, размещения информации на официальных ресурсах;

3.16. Определение комплекса средств рекламы, обеспечивающих наиболее полное и качественное доведение информации о преимуществах вуза до потребителей;

3.17. Планирование, разработка и проведение комплексной рекламной кампании;

3.18. Совершенствование (при необходимости) фирменного стиля Университета в целях повышения его узнаваемости;

3.19. Оценка эффективности рекламы Университета;

3.20. Разработка политики совместного сотрудничества с партнерами Университета;

3.21. Подготовка и выпуск газеты «Экономист»;

3.22. Поддержание, совершенствование и актуализация текстового и иного наполнения Интернет-портала и социальных сетей Университета, их продвижения в сети Интернет.

4. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ

4.1. Для решения поставленных задач Центр имеет право:

4.1.1. Запрашивать от иных структурных подразделений и работников Университета информацию и документы, необходимые для выполнения обязанностей, возложенных на структурное подразделение;

4.1.2. На организационное и материально-техническое обеспечение деятельности работников структурного подразделения, создания условий для выполнения их профессиональных обязанностей, в том числе предоставления необходимого оборудования, инвентаря, рабочего места, соответствующего санитарно-гигиеническим правилам и нормам и т. д.;

4.1.3. Требовать от администрации Университета оказания содействия в исполнении поставленных функций и задач;

4.1.4. Участвовать в обсуждении и решении важнейших вопросов деятельности Центра, вносить предложения администрации Университета по

совершенствованию структуры, улучшению деятельности и совершенствованию методов работы, поощрения работников по результатам работы;

4.1.5. Осуществлять подбор, расстановку кадров, изменение штатного расписания, ходатайствовать о перемещении работников подразделения по согласованию с проректором по стратегическому развитию и внешним коммуникациям;

4.1.6. Бесплатно пользоваться услугами библиотеки, информационных фондов учебных и научных подразделений Университета;

4.1.7. Обжаловать приказы и распоряжения администрации Университета в соответствии с законодательством Российской Федерации;

4.1.8. Привлекать к участию в подготовке и размещении рекламного материала другие подразделения Университета;

4.1.9. Вести переговоры со сторонними организациями по заключению договоров на размещение рекламы об Университете;

4.1.10. Требовать от всех подразделений соблюдения единого фирменного стиля Университета при размещении рекламы самостоятельными подразделениями;

4.1.11. Представлять Университет на конференциях, семинарах, выставках, ярмарках и т.д. по вопросам рекламной, PR и информационной деятельности.

4.1.12. Повышать свой образовательный уровень путем участия в семинарах, обучения за счет средств Университета;

4.1.13. Корректировать перспективные планы работы Центра в связи с производственной необходимостью;

4.1.14 Привлекать сотрудников и студентов в установленном законодательством РФ порядке для выполнения задач Центра, в том числе для участия в мероприятиях по профилю Центра;

4.1.15. Сотрудничать со средствами массовой информации, иными организациями в пределах своей компетенции;

4.1.16. Другие права, предусмотренные законодательством Российской Федерации, Уставом СПбГЭУ, Коллективным договором, правилами внутреннего трудового распорядка Университета и иными локальными нормативными актами Университета.

4.2. В своей деятельности работники Центра обязаны:

4.2.1. Добросовестно исполнять свои трудовые обязанности, возложенные на них должностными инструкциями и трудовыми договорами; настоящим Положением;

4.2.2. Соблюдать правила внутреннего трудового распорядка Университета;

4.2.3. Выполнять иные обязанности, предусмотренные законодательством Российской Федерации, Уставом СПбГЭУ, Коллективным договором Университета, правилами внутреннего трудового распорядка Университета и иными локальными нормативными актами Университета.

5. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

5.1. Контроль за деятельностью Центра осуществляет директор.

5.2. Ответственность за ненадлежащее исполнение или неисполнение Центром функций и задач, предусмотренных настоящим положением, несет директор структурного подразделения.

5.3. Ответственность работников Центра определяется должностными инструкциями.

5.4. На директора Центра возлагается ответственность за:

- подбор, расстановку и распределение функциональных обязанностей работников структурного подразделения;
- достоверность предоставляемой информации и документации;
- качество и своевременность выполнения производственных заданий.

6. ВЗАИМООТНОШЕНИЯ

6.1. Центр взаимодействует со всеми структурными подразделениями и должностными лицами СПбГЭУ (в том числе филиалами) по вопросам предоставления информации и размещения PR и рекламных публикаций.

6.2. Центр взаимодействует со СМИ, сторонними организациями, государственными органами, органами местного самоуправления и физическими лицами по вопросам размещения информации и обеспечения деятельности структурного подразделения.

7. ПОРЯДОК ПЕРЕСМОТРА ПОЛОЖЕНИЯ

7.1. Положение о Центре разрабатывается один раз и подлежит переработке в случаях, изложенных в п.7.2. настоящего Положения.

7.2. Основанием для пересмотра положения о структурном подразделении является:

- изменение в организационной структуре Университета (переподчинение структурного подразделения);
- изменение внутренней организационной структуры структурного подразделения;
- изменение задач и функций структурного подразделения.