



Приказ

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
(ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ)
МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ БИЗНЕСА И НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ (МУБиНТ)**

ПРИКАЗ

г. Ярославль

«18» февраля 2026 г.

№ 26-142-од

**Об утверждении новой редакции Положения
об отделе маркетинга Академии МУБиНТ**

В соответствии с частью 4 статьи 27, частью 1 статьи 28 Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», пункта 3.1. Устава Академии МУБиНТ, решения Ученого совета Академии МУБиНТ (протокол от 12 февраля 2026 № 07), в целях актуализации локальных нормативных актов Академии МУБиНТ

п р и к а з ы в а ю:

1. Утвердить новую редакцию Положения об отделе маркетинга Академии МУБиНТ согласно приложению к настоящему приказу.
2. Руководителю отдела маркетинга (Виноградовой В.А.) обеспечить размещение положения на официальном сайте Академии МУБиНТ в течение 10 рабочих дней со дня издания настоящего приказа.
3. Контроль за исполнением настоящего приказа оставляю за собой.

Ректор

С.В. Иванов

Приложение
к приказу Академии МУБиНТ
от 18 февраля 2026 №26-142-од

Положение об отделе маркетинга Академии МУБиНТ

1. Общие положения

1.1. Настоящее положение (далее – Положение) об Отделе маркетинга Образовательной организации высшего образования (частное учреждение) «Международная академия бизнеса и новых технологий (МУБиНТ)» (далее - Академия МУБиНТ) регулирует деятельность Отдела маркетинга, определяет его задачи, функции, права и порядок взаимодействия.

1.2. Положение разработано в соответствии с законодательством Российской Федерации, Уставом и локальными нормативными актами Академии МУБиНТ.

1.3. Отдел маркетинга является структурным подразделением Академия МУБиНТ.

1.4. Отдел маркетинга возглавляет руководитель Отдела маркетинга, который назначается на должность и освобождается от должности приказом ректора Академии МУБиНТ. Руководитель отдела маркетинга непосредственно подчиняется ректору.

1.5. Должностные обязанности, полномочия и ответственность руководителя определяется должностной инструкцией.

1.6. Структура и штатное расписание Отдела маркетинга утверждаются ректором Академии МУБиНТ. Распределение обязанностей между сотрудниками Отдела маркетинга осуществляет руководитель Отдела маркетинга.

1.7. Отдел маркетинга руководствуется в своей деятельности:

- Конституцией Российской Федерации;
- Трудовым кодексом Российской Федерации;
- Федеральным законом от 29.12.2012 N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»;
- Федеральным законом от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных»;
- Уставом Академии МУБиНТ, локальными нормативными актами и приказами ректора Академии МУБиНТ, а также настоящим Положением.

1.8. Настоящее Положение, а также изменения и дополнения к нему, утверждаются приказом ректора Академии МУБиНТ.

2. Основные задачи отдела маркетинга

Основными задачами Отдела маркетинга являются:

2.1. Разработка и реализация маркетинговой и коммуникационной стратегии для укрепления позиций Академии МУБиНТ на рынке образовательных услуг и повышения конкурентоспособности образовательных программ.

2.2. Разработка предложений по формированию и внедрению позитивного бренда Академии МУБиНТ, организация и проведение мероприятий по информированию об Академии МУБиНТ и её конкурентных преимуществах среди целевых аудиторий (потенциальных потребителей, профессионального сообщества, бизнеса, органов власти, обучающихся и сотрудников).

2.3. Проведение маркетинговых исследований целевых аудиторий, системный анализ рынка образовательных услуг и мониторинг деятельности конкурентов.

2.4. Взаимодействие с российскими и зарубежными рейтинговыми агентствами для повышения международного и национального статуса Академии МУБиНТ.

2.5. Выполнение представительских функций при взаимодействии со СМИ, общественными, государственными и коммерческими организациями.

2.6. Планирование, координация и мониторинг взаимодействия Академии МУБиНТ с ключевыми внешними аудиториями с использованием различных каналов маркетинга и массовых коммуникаций.

2.7. Анализ эффективности взаимодействий Академии МУБиНТ с внешними аудиториями, разработка и внедрение рекомендаций по повышению их эффективности.

3. Основные функции отдела маркетинга

Для решения возложенных задач Отдел маркетинга осуществляет следующие функции:

3.1. В области рекламы и маркетинга:

- 1) управление рекламными и маркетинговыми кампаниями Академии МУБиНТ, включая взаимодействие с подрядчиками, рекламными агентствами и профильными сервисами;
- 2) мониторинг и анализ эффективности используемых каналов коммуникации, а также контроль целевого расходования средств на рекламу и продвижение;
- 3) обеспечение соблюдения стандартов фирменного стиля Академии МУБиНТ на всех типах носителей и контроль корректности его использования структурными подразделениями;
- 4) развитие внутреннего инфраструктурно-информационного пространства Академии МУБиНТ (навигация, вывески, информационные зоны);
- 5) планирование и формирование заказов и своевременная актуализация рекламно-информационных материалов и представительской сувенирной продукции;
- 6) контентное сопровождение и развитие официального сайта Академии МУБиНТ, поддержание актуальности размещаемой информации;
- 7) управление официальными сообществами Академии МУБиНТ в социальных медиа, включая подготовку контента и взаимодействие с аудиторией.

3.2. В области сопровождения мероприятий:

- 1) информационное и организационное сопровождение мероприятий, проводимых совместно с работодателями, органами власти и профессиональным экспертным сообществом;
- 2) оказание консультационной и организационной поддержки структурным подразделениям Академии МУБиНТ при планировании и проведении мероприятий с внешним участием;
- 3) инициирование, разработка и реализация просветительских и имиджевых проектов на базе Академии МУБиНТ;
- 4) разработка внутренних регламентов, инструкций и алгоритмов для структурных подразделений Академии МУБиНТ по вопросам подготовки и проведения публичных мероприятий;
- 5) учет, хранение и распределение представительской сувенирной продукции в соответствии с планами работы и утвержденными заявками структурных подразделений Академии МУБиНТ.

3.3. В области коммуникаций и связей с общественностью:

- 1) взаимодействие со средствами массовой информации (СМИ), инициирование информационных поводов, подготовка и рассылка пресс-релизов, тезисов и официальных сообщений;
- 2) проведение мониторинга упоминаний Академии МУБиНТ в СМИ и социальных медиа, ведение официальных сообществ Академии МУБиНТ в социальных сетях и управление репутацией в цифровой среде;

- 3) информационное освещение (фото- и видеосъемка, подготовка текстовых материалов) важнейших мероприятий Академии МУБиНТ для публикации в новостной ленте сайта и в СМИ;
- 4) развитие, систематизация и поддержка общевузовского банка мультимедийных ресурсов Академии МУБиНТ (архив фото-, видео-, графических материалов);
- 5) организация экспертных комментариев, интервью и выступлений руководителей и научно-педагогических работников Академии МУБиНТ по запросам СМИ;
- б) разработка методических рекомендаций и консультирование структурных подразделений Академии МУБиНТ по вопросам взаимодействия с внешними аудиториями и соблюдения этики корпоративных коммуникаций.

3.4. Общеорганизационные функции:

- 1) разработка стратегических программных документов, медиапланов и планов маркетинговой деятельности Академии МУБиНТ на краткосрочную и долгосрочную перспективу;
- 2) участие в заседаниях кафедр, Учебно-методического совета и других коллегиальных органов Академии МУБиНТ по вопросам развития образовательных продуктов и внешних коммуникаций;
- 3) формирование сводной отчетности, аналитических записок и презентаций по результатам деятельности Отдела маркетинга;
- 4) разработка, актуализация и систематизация локальных нормативных актов и регламентов, регламентирующих маркетинговую, рекламную и информационную политику Академии МУБиНТ;
- 5) инициирование заключения договоров, соглашений о сотрудничестве с внешними организациями, контрагентами и партнерами в рамках компетенции Отдела маркетинга.
- б)

4. Права отдела маркетинга

Для выполнения возложенных на него задач и функций Отдел маркетинга имеет право:

- 4.1. Запрашивать и получать от структурных подразделений Академии МУБиНТ информацию и документы (учебные планы, описания программ, графики мероприятий, фото- и видеоотчеты), необходимые для реализации маркетинговой и информационной политики.
- 4.2. Давать обязательные для исполнения рекомендации подразделениям Академии МУБиНТ по вопросам использования элементов фирменного стиля (логотипа, шрифтов, цветов) и оформления презентационных материалов.
- 4.3. Вносить предложения руководству Академии МУБиНТ по совершенствованию образовательных программ, ценовой политики и сервисов на основе данных анализа рынка и отзывов потребителей.
- 4.4. Представлять интересы Академии МУБиНТ во взаимоотношениях со сторонними организациями (СМИ, рекламными агентствами, типографиями, органами власти) по вопросам, входящим в компетенцию Отдела маркетинга.
- 4.5. Привлекать сотрудников других подразделений Академии МУБиНТ (по согласованию с их руководителями) к подготовке и проведению имиджевых и профориентационных мероприятий.
- 4.6. Принимать участие в совещаниях и работе коллегиальных органов Академии МУБиНТ при обсуждении вопросов, затрагивающих маркетинговую стратегию, имидж или конкурентоспособность Академии МУБиНТ.
- 4.8. Запрашивать обратную связь от приемной комиссии и других служб по качеству входящего трафика абитуриентов для корректировки рекламных кампаний.

5. Взаимодействие со структурными подразделениями Академии МУБиНТ

5.1. В рамках выполнения своих функций Отдел маркетинга осуществляет оперативное взаимодействие со всеми структурными подразделениями Академии МУБиНТ в рамках своей компетенции:

5.2. Взаимодействие со структурными подразделениями включает:

- 1) запрос и получение информации, необходимой для продвижения образовательных программ и освещения деятельности Академии МУБиНТ в СМИ и сети Интернет;
- 2) согласование макетов рекламной и сувенирной продукции, а также контроль соблюдения единого фирменного стиля структурными подразделениями Академии МУБиНТ;
- 3) координацию совместных имиджевых, профориентационных и выставочных мероприятий;
- 4) обмен аналитическими и статистическими данными по вопросам привлечения абитуриентов и удовлетворенности потребителей услуг.

6. Ответственность отдела маркетинга

6.1. Всю полноту ответственности за качество и своевременность выполнения возложенных на Отдел маркетинга настоящим Положением задач и функций несет руководитель Отдела маркетинга.

6.2. Степень ответственности других работников Отдела маркетинга устанавливается их должностными инструкциями и трудовыми договорами.

6.3. Руководитель и другие сотрудники Отдела маркетинга несут персональную ответственность за:

- соответствие визируемых ими документов законодательству Российской Федерации и локальным актам Академии МУБиНТ;
- своевременность и достоверность предоставляемой отчетности о маркетинговой, рекламной и коммуникационной деятельности;
- сохранность имущества и рекламной документации, закрепленных за Отделом маркетинга;
- соблюдение законодательства о рекламе, режиме конфиденциальности и защиты персональных данных в рамках своей деятельности.