



АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ ГОСУДАРСТВЕННОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ»

ПРИНЯТО
решением Ученого совета
АНО ВО «ИГА»
от «28» мая 2026 г.
(протокол № 5)

УТВЕРЖДЕНО
приказом ректора АНО ВО «ИГА»
от «28» мая 2026 г. № 78
Приложение № 19

ПОЛОЖЕНИЕ
об отделе маркетинга

Москва 2026 г.

1. Общие положения

1.1. Отдел маркетинга Автономной некоммерческой организации высшего образования «Институт государственного администрирования» (далее – АНО ВО «ИГА», Институт) является структурным подразделением Института, созданное для обеспечения его деятельности.

1.2. Настоящее Положение об отделе маркетинга (далее – Положение) регулирует деятельность отдела маркетинга (далее – Отдел), определяет его основные задачи, функции, права, ответственность и основы деятельности.

1.3. Отдел в своей деятельности руководствуется законодательством Российской Федерации, Уставом и локальными правовыми актами Института.

1.4. Трудовые функции работников Отдела, условия их труда определяются трудовыми договорами, заключаемыми с работниками, правилами внутреннего трудового распорядка и иными локальными нормативными актами Института.

2. Задачи Отдела

2.1. Анализ потребительских свойств образовательной продукции и услуг, требований, предъявляемых к ней потребителями.

2.2. Разработка оригинального контента и рекламной продукции Института, взаимодействие со средствами массовой информации, организация и проведение мероприятий, направленных на укрепление имиджа Института.

2.3. Коммерческое продвижение услуг института: создание оригинального контента, создание посадочных страниц, SEO-продвижение, ведение рекламных кампаний в социальных сетях, на иных информационных ресурсах, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

2.4. Поддержание и повышение узнаваемости и лояльности к бренду Института.

2.5. Привлечение абитуриентов к обучению в Институте.

2.6. Повышение эффективности приемной кампании Института.

2.7. Организация профориентационной работы с общеобразовательными организациями и учреждениями среднего профессионального образования.

2.8. Организация рекламы и стимулирование продаж услуг Института

3. Функции Отдела

3.1. Разработка, организация и реализация маркетинговой стратегии Института в части комплексной системы мероприятий по планированию, продвижению, реализации и информационно-рекламной поддержке оказываемых Институтом услуг

3.2. Анализ потребительских свойств оказываемых Институтом услуг, а также требований, предъявляемых к таким услугам.

3.3. Разработка проекта годового плана информационно-рекламной поддержки услуг Института, проведение процедуры его согласования,

формирование и исполнение бюджета, выделяемого на информационно-рекламную поддержку.

3.4. Подготовка материалов по вопросам, связанным с реализацией задач и функций Отдела, и для размещения на официальном сайте Института.

3.5. Организация фото и видеосъемок, интервью, с участием руководства Института, экспертов.

3.6. Разработка текстов, эскизов, информационных материалов об услугах Института для последующего распространения и размещения в средствах массовой информации, социальных сетях и на иных информационных ресурсах, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Распространение информации о деятельности Института.

3.7. Осуществление информационно-рекламной поддержки в целях продвижения услуг Института в социальных сетях, интернет-медиа, в том числе создание фото-, видеоматериалов, информационно-рекламных роликов, текстов и т. д.).

3.8. Разработка POS-материалов (печатных материалов) для продвижения услуг института.

3.9. Обеспечение заказа, изготовления и распределения полиграфической и сувенирной продукции.

3.10. Анализ, сопровождение и контроль обращений лиц, заинтересованных в услугах Института, направленных через официальный сайт Института в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», социальных сетях Института, через стационарные и сотовые телефоны.

3.11. Организация и проведение рекламных кампаний услуг Института.

3.12. Планирование, организация и контроль за изготовлением рекламной продукции и информационных материалов об Институте.

3.13. Информационное обеспечение приемной кампании в официальных социальных сетях Института.

3.14. Взаимодействие с общеобразовательными организациями и учреждениями среднего профессионального образования с целью формирования партнерских связей;

3.15. Взаимодействие с подразделениями Института в рамках реализации возложенных задач.

3.16. Участие в разработке проектов локальных нормативных и иных актов института по всем вопросам, связанным с реализацией функций Отдела.

4. Права

4.1. Отдел маркетинга и рекламы имеет право:

- запрашивать и получать от подразделений Института документы и информацию, необходимые для выполнения Отделом своих функций;
- созывать и проводить совещания по вопросам, входящим в компетенцию Отдела, привлекать для участия в них работников Института.

4.2. Вносить предложения по совершенствованию форм и методов работы Отдела, структурных подразделений АНО ВО «ИГА» и Института в целом.

4.3. Конкретные права работников Отдела определяются в трудовых договорах.

5. Ответственность

5.1. Работники Отдела несут ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение своих должностных обязанностей, регламентируемых трудовыми договорами, в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

5.3. Функциональные обязанности, права и ответственность работников Отдела устанавливается должностными инструкциями.