

Приложение № 5  
УТВЕРЖДЕНО  
приказом  
Краснодарского филиала  
Финуниверситета  
от 25.10.2023 № 115/6

## ПОЛОЖЕНИЕ

об отделе маркетинга Краснодарского филиала федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

### 1. Общие положения

1.1. Отдел маркетинга (далее – отдел) является структурным подразделением Краснодарского филиала Финуниверситета (далее – филиал), осуществляющим разработку и внедрение стратегии продаж по основным и дополнительным образовательным программам, увеличение клиентской базы потенциальных абитуриентов, размещение информации в социальных сетях, построение эффективной системы коммуникации по различным каналам связи.

1.2. Отдел в своей деятельности руководствуется Конституцией Российской Федерации, Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», нормативными правовыми актами Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства просвещения Российской Федерации, законодательными актами Президента Российской Федерации и Правительства Российской Федерации, Федеральным законом «О рекламе», Уставом и Правилами внутреннего трудового распорядка Финансового университета, решениями Ученого совета филиала, приказами и распоряжениями ректора и директора филиала, локальными нормативными актами Финансового университета и настоящим Положением.

1.3. Отдел подчиняется непосредственно заместителю директора по учебно-методической работе.

1.4. Отдел маркетинга возглавляет начальник отдела, назначаемый на должность и освобождаемый приказом директора филиала по представлению заместителя директора по учебно-методической работе.

1.5. Организация работы отдела маркетинга регламентируется настоящим Положением, а организация работы его работников – должностными инструкциями, утвержденными директором филиала.

## **2. Цели и задачи**

2.1. Основными целями отдела маркетинга являются:

2.1.1 организация маркетинговых мероприятий для повышения конкурентоспособности филиала на рынке образовательных услуг;

2.1.2 формирование благоприятного образа филиала путем создания скоординированных между собой коммуникационных посланий различными средствами и инструментами маркетинговых коммуникаций;

2.1.3 обеспечение достижения максимальной эффективности маркетинговых коммуникаций посредством оптимальных комбинаций различных средств и инструментов;

2.1.4 организация и реализация мероприятий, направленных на укрепление отношений с потенциальными потребителями в долгосрочном периоде;

2.1.5 внедрение цифровых инструментов маркетинговых коммуникаций в деятельность подразделения для достижения максимальной эффективности его деятельности;

2.1.6 формирование и реализация стратегии в отношении политики продвижения образовательных программ;

2.1.7 обеспечение продвижения реализуемых Финансовым университетом образовательных программ;

2.2. Для достижения указанных целей отдел маркетинга решает основные задачи:

2.2.1 организация контакт-центра для эффективной коммуникации с целевой аудиторией;

2.2.2 внедрение CRM-системы для ведения клиентской базы, автоматизации продаж и работы с абитуриентами;

2.2.3. Выстраивание воронки продаж для последовательной коммуникации с клиентами.

2.2.4 анализ и выбор рекламных площадок для продвижения образовательных продуктов Финансового университета;

2.2.5 разработка и реализация медиапланов рекламных кампаний;

2.2.6 анализ рекламных затрат с целью повышения эффективности расходования рекламного бюджета, выделенного на продвижение;

2.2.7 разработка дизайна и верстка рекламной продукции;

2.2.8 вовлечение всех подразделений филиала в процесс взаимодействия с заказчиками платных образовательных услуг с целью предоставления корректной информации на вопросы клиентов.

### **3. Функции**

3.1 В соответствии с возложенными задачами отдел маркетинга осуществляет следующие функции:

3.1.1 организация централизованной обработки входящих обращений и обеспечение информационной поддержки абонентов по всем поддерживаемым отделом каналам клиентского доступа: телефонная коммуникация, CRM-система, корпоративная электронная почта, мессенджеры: Telegram, WhatsApp, живо-чат, социальные сети ВКонтакте и другие.

3.1.2 ответы на вопросы и информирование клиентов об образовательных продуктах Финансового университета в рамках компетенции отдела.

3.1.3 обучение и координация работы волонтеров в период приемной кампании для своевременного выполнения задач, поставленных перед отделом.

3.1.4 участие в организации и проведении мероприятий, направленных на продвижение и распространение образовательных услуг Финансового университета, стимулированию сбыта и формированию устойчивого потребительского интереса (спроса) к образовательным услугам Финансового университета.

3.1.5 планирование, организация и проведение комплекса процедур по оформлению документов в соответствии с ФЗ №44-ФЗ "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд" и 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц" по направлению деятельности отдела маркетинга.

3.1.6. Проведение консультаций по условиям приема и обучения в университете, информационное и документационное обеспечение работы приемной кампании.

### **4. Права и ответственность**

4.1. Права. При осуществлении своей деятельности работники отдела маркетинга имеют право:

4.1.1. Запрашивать и получать от структурных подразделений Финансового университета информацию, необходимую для осуществления деятельности отдела.

4.1.2. Осуществлять взаимодействие с руководителями и работниками всех подразделений филиала в рамках своей компетенции.

4.1.3. Знакомиться с проектами локальных нормативных актов Финансового университета, касающихся деятельности отдела.

4.1.4. Подписывать и визировать документы в пределах своих должностных полномочий.

4.1.5. Давать структурным подразделениям филиала разъяснения и рекомендации по вопросам, относящимся к компетенциям отдела.

4.1.6. Получать в установленном порядке необходимое материально-техническое оборудование для осуществления деятельности отдела.

4.1.7. Требовать от работников отдела выполнения своих должностных обязанностей, соблюдение Устава и Правил внутреннего трудового распорядка Финансового университета, правил охраны труда и пожарной безопасности.

4.2. Работники отдела несут ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации и должностными инструкциями.

4.3. Работники отдела несут персональную ответственность за соблюдение порядка использования, хранения и уничтожения персональных данных поступающих (абитуриентов).

## **5. Взаимоотношения с другими структурными подразделениями**

В процессе выполнения своих задач и функций отдел взаимодействует по вопросам, относящимся к деятельности отдела:

5.1 с должностными лицами и структурными подразделениями Финансового университета: управлением маркетинга, приемной комиссией, подразделениями ДПО, реализующими образовательные программы по подготовке к поступлению в вузы и сдаче ЕГЭ.

5.2 с должностными лицами и структурными подразделениями филиала: отделом информатизации и технического обеспечения учебного процесса, учебно-методическим отделом и другими подразделениями – при необходимости.

Начальник отдела



Е.А. Мазур