

**УТВЕРЖДЕНО**

Приказом ФГБОУ ДПО РАКО АПК

от « 09 » 10 20 25 г.

№ 238/2-А

**ПОЛОЖЕНИЕ**

**об Отделе маркетинга и рекламы**

**федерального государственного бюджетного образовательного учреждения  
дополнительного профессионального образования**

**«Российская академия кадрового обеспечения агропромышленного комплекса»**

**ФГБОУ ДПО РАКО АПК**

**Москва  
2025 год**

## 1. Общие положения

1.1. Положение об Отделе маркетинга и рекламы (далее по тексту - Положение) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения дополнительного профессионального образования «Российская академия кадрового обеспечения агропромышленного комплекса» (далее - Академия), является локальным нормативным актом Академии, устанавливающим основные задачи, функции (компетенцию), организацию работы (деятельность) Отдела маркетинга и рекламы (далее - Отдел МР), порядок образования и упразднения, взаимоотношение Отдела МР с другими структурными подразделениями Академии, права, обязанности и ответственность работников Отдела МР, порядок внесения изменений в настоящее Положение.

1.2. Отдел МР является структурным подразделением Академии, который создается и утверждается приказом ректора Академии.

1.3. Отдел МР возглавляет Начальник Отдела МР, который назначается и освобождается от должности приказом ректора Академии. Начальник Отдела МР непосредственно подчиняется ректору Академии.

1.4. Работники Отдела МР назначаются и освобождаются от занимаемой должности приказом ректора Академии.

1.5. В своей деятельности Отдел МР руководствуется действующим законодательством Российской Федерации, постановлениями и распоряжениями Правительства Российской Федерации, решениями учредителя Академии – Министерством сельского хозяйства Российской Федерации, Уставом Академии, внутренними нормативными документами Академии, приказами ректора Академии, Коллективным договором, Политикой в отношении обработки персональных данных, инструкцией по делопроизводству Академии, настоящим Положением, иными нормативно правовыми и локальными актами Академии.

1.6. Состав Отдела МР определяется штатным расписанием Академии. Условия труда работников Отдела МР определяются трудовыми договорами, заключаемыми с каждым работником, должностными инструкциями, коллективным договором, правилами внутреннего трудового распорядка Академии.

1.7. Права, обязанности, степень ответственности работников Отдела МР устанавливаются должностными инструкциями и иными локальными нормативными актами.

## 2. Основные задачи

Основными задачами Отдела МР являются:

2.1. Анализ и разработка основных маркетинговых коммуникаций Академии для привлечения потенциальных слушателей в целях зачисления на реализуемые в Академии за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации, программы дополнительного профессионального образования (курсы повышения квалификации, программы профессиональной переподготовки).

2.2. Популяризация Академии как ведущей образовательной организации, реализующей программы дополнительного профессионального образования (курсы повышения квалификации, программы профессиональной переподготовки) для

граждан и юридических лиц за плату и на одинаковых при выполнении одних и тех же работ (оказании одних и тех же услуг) условиях.

2.3. Анализ положения Академии на рынке образовательных услуг.

2.4. Исследование существующих систем продвижения образовательной продукции и услуг на рынке.

2.5. Планирование и разработка концепции проведения рекламных мероприятий в средствах массовой информации с помощью различных средств рекламы. Создание фирменного стиля Академии.

2.6. Организация разработки рекламных текстов, проспектов, каталогов, буклетов, контроль их качества.

2.7. Разработка совместно с другими подразделениями Академии предложений и рекомендаций по изменению характеристик и свойств образовательных услуг с целью улучшения ее потребительских качеств и стимулирования сбыта.

2.8. Координация деятельности подразделений Академии по сбору и анализу коммерческой информации, созданию банка данных по маркетингу образовательных услуг.

2.9. Прогнозирование объема продаж и формирования потребительского спроса на образовательные услуги Академии.

### **3. Функции**

В соответствии с возложенными задачами Отдел МР выполняет следующие функции:

3.1. Выявляет ключевые внутренние и внешние проблемы продвижения образовательных услуг Академии и разрабатывает оптимальные способы их решения.

3.2. Анализирует потребительские ожидания от услуг, предоставляемых Академией и требования, предъявляемые к ним потенциальными потребителями.

3.3. Организует и проводит мероприятия по изучению и анализу общего рынка образовательных услуг, прогнозирование тенденций его развития, осуществляет изучение, анализ и прогнозирование деловой активности конкурентов, их позиций на рынке.

3.4. Проводит анализ мотивов определенного отношения потребителей к предлагаемым им образовательным услугам.

3.5. Анализирует конкурентоспособность оказываемых образовательных услуг, сопоставляет их потребительские свойства и цены с аналогичными показателями конкурирующих образовательных учреждений.

3.6. Разрабатывает на основе изучения конъюнктуры и емкости рынка прогнозов по платежеспособному спросу на оказываемые образовательные услуги;

3.7. Разрабатывает предложения по формированию стратегий выхода Академии на новые рынки реализации образовательных услуг.

3.8. Совместно с заинтересованными подразделениями участвует в ценообразовании на новые образовательные услуги Академии.

3.9. Осуществляет формирование и поддержание положительного имиджа Академии во внешней среде.

3.10. Организует участие Академии в выставках, ярмарках и других промо-мероприятиях.

3.11. Разрабатывает стратегии рекламы по каждому образовательному продукту и плана проведения рекламных мероприятий.

3.12. Исследует существующие медиа-сети информирования об образовательных услугах.

3.13. Анализирует действенность рекламы, ее влияния на продвижение образовательных продуктов, информированности потребителей об Академии; определяет эффективность рекламы.

3.14. Изучает и анализирует внутренние и внешние показатели конкурентоспособности и эффективности деятельности Академии.

#### **4. Состав Отдела маркетинга и рекламы**

4.1. Департамент возглавляет Начальник Отдела маркетинга и рекламы, принимаемый на работу и освобождаемый от должности приказом ректора Академии. Начальник Отдела МР организует и осуществляет руководство по направлениям деятельности Отдела МР. Начальник Отдела МР подчиняется ректору Академии.

4.2. Все работники Отдела МР подчиняются непосредственно начальнику Отдела МР. Распределение обязанностей между работниками Отдела МР осуществляется начальником отдела МР в соответствии с настоящим Положением и должностными инструкциями.

#### **5. Права и обязанности работников Отдела маркетинга и рекламы**

5.1. Работники Отдела МР имеют право:

5.1.1. Истребовать от структурных подразделений Академии информацию, материалы и т.п., необходимые для осуществления работы, входящей в компетенцию Отдела МР.

5.1.2. Участвовать в проводимых руководством Академии совещаниях при обсуждении на них вопросов, имеющих отношение к деятельности Отдела МР.

5.1.3. Вносить на рассмотрение руководства Академии предложения по вопросам, входящим в компетенцию Отдела МР.

5.2. Работники Отдела МР обязаны:

5.2.1. Выполнять возложенные на них функции.

5.2.2. Совершенствовать и развивать деятельность Академии, обеспечиваемую Отделом МР.

5.2.3. Сохранять конфиденциальность сведений, содержащихся в соответствующих документах, поступающих в Академию и/или подготавливаемых им.

5.2.4. Незамедлительно информировать непосредственного руководителя или руководство Академии о случаях склонения к совершению коррупционных правонарушений.

5.2.5. Сообщать непосредственному руководителю о возможности либо о возникшем конфликте интересов или личной заинтересованности.

