

ДЕПАРТАМЕНТ СПОРТА ГОРОДА МОСКВЫ

**Государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования города Москвы
«Московский государственный университет
спорта и туризма»
(ГАОУ ВО МГУСиТ)**

ОДОБРЕНО

Учёным советом ГАОУ ВО МГУСиТ
(протокол от 30 сентября 2025 г. № 2)

УТВЕРЖДАЮ

Ректор ГАОУ ВО МГУСиТ
Н.В. Масыгина
30 сентября 2025 г.



ПОЛОЖЕНИЕ

об отделе Маркетинга и рекламы

Государственного автономного образовательного учреждения
высшего образования города Москвы
«Московский государственный университет спорта и туризма»
(ГАОУ ВО МГУСиТ)

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящее Положение об отделе маркетинга и рекламы Государственного автономного образовательного учреждения высшего образования города Москвы «Московский государственный университет спорта и туризма» (далее – Университет, МГУСиТ) определяет статус, цели, задачи, функции, права, обязанности и ответственность отдела маркетинга и рекламы (далее – Отдел).

1.2. Отдел является самостоятельным структурным подразделением Университета, входящим в систему управления, обеспечивающим реализацию образовательной, научной и иной деятельности Университета посредством маркетинга и рекламы.

1.3. Отдел маркетинга и рекламы создается и ликвидируется приказом ректора Университета.

1.4. Отдел маркетинга и рекламы возглавляет начальник, назначаемый и освобождаемый от должности приказом ректора Университета.

1.5. В своей деятельности Отдел подчиняется проректору Университета по направлению, определенному приказом ректора.

1.6. Состав Отдела маркетинга и рекламы определяется согласно штатному расписанию, утвержденного ректором Университета в соответствии с трудовым законодательством Российской Федерации.

1.7. Работники Отдела принимаются на работу и переводятся на должности Отдела приказом ректора Университета по представлению начальника Отдела.

1.8. Свою деятельность Отдел осуществляет на основе:

- Устава ГАОУ ВО МГУСиТ;
- Настоящего Положения;
- Локальных нормативных актов Университета;
- Законодательства Российской Федерации, в том числе в области образования, рекламы, защиты персональных данных и информации.

2. ЗАДАЧИ И ФУНКЦИИ ОТДЕЛА

2.1. Основной задачей Отдела является формирование положительного имиджа, обеспечение плановых показателей по привлечению абитуриентов среднего и высшего уровней образования, слушателей дополнительных профессиональных программ, а также повышению узнаваемости бренда Университета и лояльности целевых аудиторий на основе измеримых показателей эффективности маркетинговой и рекламной деятельности.

2.1.1. Разработка, утверждение и осуществление маркетинговой стратегии Университета, комплексной системы мероприятий по информационно-

рекламному обеспечению реализуемых на рынке образовательных услуг и контроль за ее выполнением.

2.1.2. Разработка совместно с другими подразделениями предложений и рекомендаций об изменении характеристик и свойств образовательных услуг с целью повышения эффективности работы Университета.

2.1.3. Анализ качества конкурирующих образовательных услуг.

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

2.1.5. Формирование потребительского спроса на образовательную продукцию и услуги Университета.

2.1.6. Изучение и прогнозирование перспектив формирования студенческого контингента.

2.1.7. Обеспечение достижения установленных показателей по:

- количеству обращений (лидов) от потенциальных абитуриентов;
- конверсии обращений в поданные заявления;
- конверсии поданных заявлений в зачисление;
- стоимости привлечения одного абитуриента (по основным каналам продвижения).

2.1.8. Формирование и сопровождение маркетинговой воронки для основных направлений подготовки и дополнительных образовательных программ.

2.1.9. Повышение узнаваемости бренда Университета в целевых сегментах (школьники, родители, тренеры, спортивные школы, профессиональное сообщество в сфере спорта и туризма).

2.2. Функции Отдела:

2.2.1. Организация и проведение маркетинговых исследований рынка образовательных услуг, анализ и совершенствование ассортимента образовательных программ, выявление и развитие новых потребительских характеристик образовательных услуг Университета.

2.2.2. Участие в разработке перспективных и текущих планов подготовки и реализации образовательных программ и услуг Университета.

2.2.3. Изучение мнения потребителей об уровне и качестве оказываемых образовательных услуг, подготовка предложений по повышению их конкурентоспособности и привлекательности.

2.2.4. Участие в организации и проведении мероприятий, направленных на информирование потенциальных абитуриентов об образовательных программах и возможностях обучения в Университете.

2.2.5. Участие в формировании, развитии и сопровождении системы информационно-рекламного обеспечения продвижения образовательной продукции и услуг Университета.

2.2.6. Разработка и реализация стратегий проведения рекламных кампаний в средствах массовой информации и иных коммуникационных каналах с использованием различных видов и средств рекламы.

2.2.7. Подготовка, участие в издании и организация распространения буклетов, плакатов, рекламных флайеров и иной информационно-рекламной продукции Университета.

2.2.8. Анализ конкурентной среды: выявление сильных и слабых сторон конкурентов по качеству образовательных услуг, используемым методам продвижения, ценовой политике и позиционированию.

2.2.9. Обеспечение актуальности и надлежащего функционирования официального сайта Университета, а также официальных страниц Университета в социальных сетях и иных цифровых каналах.

2.2.10. Выполнение иных функций и поручений проректора Университета, относящихся к компетенции Отдела.

2.2.11. Планирование, реализация и анализ эффективности рекламных и информационных кампаний в сети «Интернет» (поисковое продвижение, контекстная и таргетированная реклама, продвижение в социальных сетях, email-маркетинг и другие инструменты цифрового маркетинга).

2.2.12. Формирование, ведение и актуализация контент-планов для официального сайта Университета и его страниц в социальных сетях с учетом особенностей ключевых целевых аудиторий.

2.2.13. Организация систематического сбора, обработки и анализа данных веб-аналитики (посещаемость сайта, поведение пользователей, эффективность каналов привлечения трафика и конверсий).

2.2.14. Организация и проведение онлайн-мероприятий (вебинары, онлайн-дни открытых дверей, прямые эфиры и иные форматы) для потенциальных абитуриентов, их родителей и других целевых групп.

2.2.15. Формирование, ведение и развитие баз контактов потенциальных абитуриентов и партнеров Университета с соблюдением требований законодательства Российской Федерации о персональных данных.

3. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ

3.1. Отдел маркетинга и рекламы по вопросам своей компетенции имеет право:

3.1.1. Запрашивать и получать от подразделений Университета материалы, необходимые для проведения работы, входящей в компетенцию Отдела.

3.1.2. Координировать деятельность структурных подразделений Университета по организации работ в области маркетинга и рекламы. Вносить рекомендации и предложения структурным подразделениям по вопросам, входящим в компетенцию Отдела.

3.1.3. Вносить предложения и давать рекомендации руководителям и работникам структурных подразделений Университета по вопросам, входящим в компетенцию Отдела, а также согласовывать с ними мероприятия, требующие их участия.

3.1.4. Определять основные направления деятельности Отдела, устанавливать круг приоритетных вопросов, требующих оперативного решения.

3.1.5. Представлять Университет в отношениях с государственными и муниципальными органами, другими предприятиями, учреждениями, организациями.

3.1.6. Давать разъяснения, указания, рекомендации.

3.1.7. Проводить совещания, а также участвовать в общих собраниях по вопросам маркетинга и рекламы.

3.1.8. Выступать с инициативой принятия, изменения либо отмены локального нормативного акта.

3.1.9. Взаимодействовать с другими структурными подразделениями Университета.

3.1.10. Вносить на рассмотрение руководства Университета предложения об установлении ответственности структурных подразделений и должностных лиц за несоблюдение согласованных планов и мероприятий в области маркетинга и рекламы.

3.2. Отдел обязан:

3.2.1. Разрабатывать и представлять на утверждение проректору ежегодную маркетинговую стратегию и план мероприятий с поквартальной детализацией.

3.2.2. Готовить регулярную отчетность (не реже одного раза в квартал) по ключевым показателям эффективности маркетинговой и рекламной деятельности Университета.

3.2.3. Обеспечивать актуальность информации на официальном сайте Университета и в официальных аккаунтах в социальных сетях.

3.2.4. Обеспечивать единый визуальный и коммуникационный стиль (брендбук, тональность коммуникаций) во всех информационно-рекламных материалах Университета.

3.2.5. Своевременно информировать руководство Университета о значимых изменениях на рынке образовательных услуг, действиях конкурентов и возможных рисках/возможностях для Университета.

4. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

4.1. Отдел маркетинга и рекламы несет ответственность за следующие показатели деятельности, выполняемые в интересах Университета:

- обеспечение высокого уровня аналитико-оценочных документов, представляемых руководству и подразделениям Университета по вопросам маркетинговой и рекламной деятельности;
- обеспечение качества разрабатываемых рекламных материалов;
- своевременное обеспечение подразделений Университета требуемыми рекламными материалами;
- соблюдение финансовой дисциплины и рационального расходования выделяемых Отделу бюджетных ресурсов;
- соблюдение правил внутреннего трудового распорядка и сохранение материальных ценностей, находящихся в пользовании сотрудников Отдела;
- соблюдение установленных норм и правил по охране труда, санитарно-гигиеническому режиму и пожарной безопасности.

4.2. Начальник Отдела несет персональную ответственность за организацию работы Отдела, распределение обязанностей между сотрудниками, соблюдение сроков и качества исполнения утвержденных планов и поручений руководства Университета.

4.3. Ответственность сотрудников Отдела устанавливается их должностными инструкциями, трудовыми договорами и трудовым законодательством.

5. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

5.1. Настоящее Положение вступает в силу со дня его утверждения ректором Университета.

5.2. Настоящее Положение размещается в информационно-телекоммуникационных сетях, в том числе на официальном сайте Университета в сети «Интернет» (<https://mgusit.mossport.ru/>).

5.3. Внесение изменений и дополнений в настоящее Положение вносится по мере необходимости путем подготовки проекта изменений,

подписанного начальником Отдела и утвержденного приказом ректора
Университета.