



## 1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1. Положення “Про відділ маркетингу та корпоративних комунікацій ХАРКІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ” (далі — Положення) визначає основні завдання, структуру, функції, права і відповідальність відділу маркетингу та корпоративних комунікацій (далі – Відділ), щодо управління трудовою дисципліною у Відділі, а також взаємовідносини Відділу з іншими підрозділами Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (далі – ХНЕУ ім. С. Кузнеця).

1.2. Відділ є самостійним структурним підрозділом ХНЕУ ім. С. Кузнеця, який підвітний і підконтрольний безпосередньо ректорові ХНЕУ ім. С. Кузнеця.

1.3. Відділ у своїй роботі керується чинним законодавством, нормативно-правовими актами, Статутом ХНЕУ ім. С. Кузнеця, наказами ректора ХНЕУ ім. С. Кузнеця, цим Положенням.

1.4. Відділ утворюється та ліквідується наказом ректора ХНЕУ ім. С. Кузнеця, за рішенням Вченої ради ХНЕУ ім. С. Кузнеця.

## 2. ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ ТА МЕТА ВІДДІЛУ

2.1. Відділ створений для: організації та проведення соціально-психологічних досліджень з метою вивчення ситуації на ринку освітніх послуг, реальних та потенційних споживачів, конкурентів та аналізу потреб ринку праці у фахівцях, підготовка яких здійснюється в ХНЕУ ім. С. Кузнеця.

2.2. Метою Відділу є розробка та реалізація стратегії презентації ХНЕУ ім. С. Кузнеця на ринку освітніх та наукових послуг.

2.3. Всебічне, оперативне інформування громадськості про наукову, педагогічну, виховну, організаційну та іншу діяльність ХНЕУ ім. С. Кузнеця, а також формування та реалізація відповідної стратегії розвитку іміджу вищого навчального закладу.

2.4. Основними завданнями Відділу маркетингу та корпоративних комунікацій є побудова зовнішніх комунікацій – із засобами масової інформації (далі — ЗМІ), офіційними органами влади (public affairs), освітянською та науковою спільнотою, абітурієнтами та їх батьками, підприємствами (офіційні та неофіційні контакти).

2.5. Побудова внутрішніх комунікацій – між підрозділами ХНЕУ ім. С. Кузнеця.

2.6. Організація та проведення соціально-психологічних та маркетингових досліджень ринку освітніх та наукових послуг.

2.7. Планування та реалізація рекламних та PR-кампаній ХНЕУ ім. С. Кузнеця.

2.8. Наповнення офіційного сайту.

2.9. Створення, зберігання еталону brand-book та контроль за його дотриманням.

- 2.10. Випуск (контроль за випуском) у світ усіх рекламних та PR-продуктів ХНЕУ ім. С. Кузнеця (узгодження).
- 2.11. Побудова корпоративної культури, підтримка певних її традицій та трансформація у разі необхідності.
- 2.12. Планування фінансових витрат на проведення досліджень, рекламних та PR-кампаній, контроль за їх використанням.
- 2.13. Ведення документообігу з контрагентами рекламних, PR-кампаній та заходів.
- 2.14. Виявлення споживчих потреб щодо освітніх послуг.
- 2.15. Аналіз ринку освітніх послуг м. Харкова та перспективних регіонів України.
- 2.16. Вивчення споживачів освітніх послуг, складання їх соціально-психологічного портрету.
- 2.17. Вивчення ключових конкурентів регіонів, в яких розташовані навчально-консультаційні пункти ХНЕУ ім. С. Кузнеця.
- 2.18. Оцінка якості освіти у ХНЕУ ім. С. Кузнеця.
- 2.19. Розробка інструментарію та обробка даних моніторинрів реорганізації учбового процесу, опитування випускників.
- 2.20. Розробка аналітичного обґрунтування пропозицій щодо удосконалення навчально-виховної та науково-дослідницької роботи.
- 2.21. Аналіз потреб ринку праці відносно фахівців, підготовка яких здійснюється в ХНЕУ ім. С. Кузнеця, формування маркетингової політики університету.
- 2.22. Аналіз ключових тенденцій розвитку ринку, реальної та перспективної кон'юнктури, виявлених у соціально-психологічних дослідженнях.
- 2.23. Проведення моніторингу, аналізу та тлумачення законодавчих та нормативних документів в освітній галузі.
- 2.24. Аналіз стану громадської думки, ставлення регіональних та всеукраїнських ЗМІ до роботи ХНЕУ ім. С. Кузнеця.
- 2.25. Аналіз географічних сегментів ринку, вибір та обґрунтування перспективних сегментів, виявлених у соціально-психологічних дослідженнях.
- 2.26. Розробка проекту стратегії розвитку ХНЕУ ім. С. Кузнеця та плану її реалізації.
- 2.27. Планування та реалізація рекламної кампанії ХНЕУ ім. С. Кузнеця (відео, аудіо ролики, поліграфія, виставки тощо).
- 2.28. Організація повного циклу створення рекламного продукту (презентація ідеї, її захист, пропонування варіантів креативних рішень, їх узгодження, кастинг, контроль виробництва та прийняття робіт), в тому числі ведення документообігу з контрагентами ХНЕУ ім. С. Кузнеця, які виконують відповідні види робіт.
- 2.29. Обговорення та аналіз ефективності проведеної рекламної кампанії, корегування та представлення рекомендацій щодо майбутніх проектів.
- 2.30. Оновлення новин на сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця.
- 2.31. Щотижнева електронна розсилка новин ХНЕУ ім. С. Кузнеця в

регіональні та загальноукраїнські ЗМІ.

2.32. Оперативне сповіщення засобів масової інформації і запрошення журналістів на заходи ХНЕУ ім. С. Кузнеця.

2.33. Організація інтерв'ю, прямих ліній та прес-конференцій з керівництвом, викладачами і співробітниками ХНЕУ ім. С. Кузнеця для ЗМІ.

2.34. Щотижневий контент-аналіз ЗМІ, ведення архіву публікацій.

2.35. Побудова корпоративної культури, підтримка певних її традицій та трансформація у разі необхідності.

2.36. Видання корпоративної газети «Моя кар'єра».

2.37. Здійснення всього PR-комплексу заходів у регіонах, в яких розташовані навчально-консультаційні пункти ХНЕУ ім. С. Кузнеця, та у перспективних регіонах.

2.38. Організація роботи у галузі маркетингу та корпоративних комунікацій включає наступні етапи:

- проведення соціально-психологічних та маркетингових, в тому числі аналітичних, досліджень ринку освітніх та наукових послуг, підготовка відповідних звітів та надання їх зацікавленим особам;

- формування маркетингової стратегії та маркетингової політики ХНЕУ ім. С. Кузнеця;

- розробка креативного змісту, каналів інтегрованих маркетингових комунікацій та календарного плану просування ХНЕУ ім. С. Кузнеця;

- реалізація рекламних та PR-кампаній;

- аналіз ефективності проведених заходів.

2.39. Просування (презентація) ХНЕУ ім. С. Кузнеця:

- на основі результатів соціально-психологічних та маркетингових досліджень затверджуються стратегія просування (презентації) ХНЕУ ім. С. Кузнеця, її креативний зміст, календарний план реалізації заходів та витрати на них;

- виробництво рекламного та PR-продукту: макети, відео та аудіо ролики, сувенірна продукція, випуск газети «Моя кар'єра», оновлення сайту тощо здійснюється за додатковим планом, який готує керівник Відділу та затверджується ректором ХНЕУ ім. С. Кузнеця;

- всі рекламні та PR-продукти, які виходять у світ повинні відповідати маркетингової стратегії ХНЕУ ім. С. Кузнеця, еталону brand-book та зберігатися у Відділі;

- відбір підрядної організації здійснює керівник Відділу на підставі найвигіднішої пропозиції по вартості послуг, якості та термінам виконання не менш ніж серед трьох претендентів;

- організацію документообігу між ХНЕУ ім. С. Кузнеця та підрядною організацією забезпечує відповідальний фахівець Відділу.

2.40. Аналіз ефективності заходів:

- ефективність будь-якого заходу, який було здійснено протягом реалізованих рекламних та PR кампаній, підтверджується відповідним дослідженням по завершенні системи заходів;

- відповідний звіт з оцінкою та рекомендаціями готується або в структурі

звіту досліджень, або окремим документом;

- результати дослідження ефективності комунікаційних заходів повинні обов'язково враховуватись при розробці системи просування ХНЕУ ім. С. Кузнеця у наступному періоді.

### **3 ПРАВА ТА ОBOB'ЯЗКИ**

3.1. Відділ для реалізації своїх прав зобов'язаний:

3.1.1. Запрошувати, отримувати, аналізувати будь-які, що не є державною або комерційною таємницею, матеріали, відомості, документи в структурних підрозділах університету.

3.1.2. Виступати з пропозиціями щодо оптимізації маркетингової стратегії, креативних рішень її реалізації та роботи з формування позитивного іміджу ХНЕУ ім. С. Кузнеця.

3.1.3. Виступати ініціатором і проводити аналітичну оцінку доцільності участі ректора ХНЕУ ім. С. Кузнеця, провідних фахівців ХНЕУ ім. С. Кузнеця в різних публічних заходах, а також їх виступів у засобах масової інформації.

3.2. Відділ для вирішення своїх завдань має право:

3.2.1. Направляти запити для отримання інформації для представників ЗМІ до посадових осіб, в компетенції яких знаходяться питання, що цікавлять журналістів.

3.2.2. Залучати ректорат, викладачів, студентів і працівників ХНЕУ ім. С. Кузнеця для участі в проведенні маркетингових досліджень, розробці маркетингової політики, рекламних та PR-кампаній.

3.2.3. Залучати в установленому порядку для здійснення окремих робіт фахівців галузі реклами, графічного дизайну, поліграфії, тощо, у тому числі на договірній основі.

### **4. СТРУКТУРА ВІДДІЛУ**

4.1. Відділ маркетингу та корпоративних комунікацій є структурним підрозділом ХНЕУ ім. С. Кузнеця.

4.2. Структура і штати Відділу затверджуються наказом ректора ХНЕУ ім. С. Кузнеця.

4.3. Безпосереднє керівництво Відділом здійснює керівник Відділу, який призначається наказом ректора ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Керівник Відділу підпорядковується ректору ХНЕУ ім. С. Кузнеця та керується своєю посадовою інструкцією.

4.4. Працівники Відділу призначаються на посаду та звільнюються з посад наказом ректора ХНЕУ ім. С. Кузнеця.

4.5. Працівники Відділу діють у межах своїх повноважень згідно до посадових інструкцій та функціональних обов'язків.

## 7. ОРГАНІЗАЦІЯ 5. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ МАРКЕТИНГУ ТА КОРПОРАТИВНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Відділ несе відповідальність за:

- 5.1. Невиконання або неналежне виконання завдань та функцій, покладених на підрозділ, а також за повну реалізацію наданих прав.
- 5.2. Недотримання вимог, передбачених Положенням про Відділ маркетингу та корпоративних комунікацій.
- 5.3. Неякісне проведення заходів щодо побудови зовнішніх та внутрішніх корпоративних комунікацій.
- 5.4. Невиконання визначених для Відділу завдань та функціональних обов'язків його працівників.
- 5.5. За порушення вимог трудової і виконавчої дисципліни.
- 5.6. Невиконання чинних обов'язків керівника Відділу.
- 5.7. За правопорушення, зроблені в процесі здійснення своєї діяльності у межах, визначених чинним законодавством України.
- 5.8. За заподіяння матеріального збитку в межах, визначених діючим трудовим і цивільним законодавством України.
- 5.9. За порушення Правил внутрішнього трудового розпорядку ХНЕУ ім. С. Кузнеця.

## 6. ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКИ ТА ВЗАЄМОДІЯ

Відділ маркетингу та корпоративних комунікацій взаємодіє з усіма структурними підрозділами ХНЕУ ім. С. Кузнеця з питань організації та проведення соціально-психологічних та маркетингових досліджень, PR та рекламних заходів, зокрема:

- з керівником (ректором) та заступниками керівника (проректорами з науково-педагогічної роботи) – з адміністративно-функціональних та господарських питань, стратегії розвитку університету, побудови його іміджу, формування корпоративної культури тощо;
- з деканатами – з питань залучення студентів та їх участі у заходах, які стосуються просування (презентації) ХНЕУ ім. С. Кузнеця на певних цільових ринках;
- з кафедрами – з питань залучення провідних фахівців у якості експертів з важливих соціально-економічних питань розвитку регіону, країни, світу для ЗМІ;
- з видавництвом – з питань редагування та корегування рекламних та PR-матеріалів, публікації наукових статей (тез) та маркетингової інформації стосовно просування (презентації) ХНЕУ ім. С. Кузнеця у виданнях ХНЕУ ім. С. Кузнеця;
- з відділом діловодства та канцелярії – з питань отримання та відправлення кореспонденції, оформлення документації;
- з відділом кадрів – з питань штатного розпису, оформлення кадрової документації;
- з юрисконсультом – з правових питань.

## 7. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ ВІДДІЛУ МАРКЕТИНГУ ТА КОРПОРАТИВНИХ КОМУНІКАЦІЙ

7.1. Організація роботи Відділу здійснюється відповідно до чинного законодавства, Статуту ХНЕУ ім. С. Кузнеця та нормативних документів Відділу маркетингу та корпоративних комунікацій ХНЕУ ім. С. Кузнеця.

7.2. Реорганізація Відділу (перепідпорядкування, розширення його функцій, зміна внутрішньої структури тощо), а також ліквідація, здійснюється наказом ректора ХНЕУ ім. С. Кузнеця.

7.3. Службові обов'язки працівників визначаються посадовими інструкціями та функціональними обов'язками, які затверджуються ректором ХНЕУ ім. С. Кузнеця.

### УЗГОДЖЕНО:

Заступник керівника  
(проректор  
з науково-педагогічної роботи)

О.Г. Зима

Юрисконсульт I категорії

А.В. Дуброва

Начальник відділу кадрів

Л.В. Могилевська

Голова профспілки

Г.О. Холодний