



НАКАЗ

«19» 12 2012 р.

№ 620

Про затвердження та введення в дію
Положень про НМЦ та НДЛ

У відповідності до Статуту та на виконання рішення вченої ради від 29.11.2012 року № 9 «Про затвердження проектів Положення: про НМЦ інформаційно-рекламної та профорієнтаційної діяльності, НМЦ практичної підготовки студентів спеціальності «Дошкільна освіта» та «Початкова освіта», НМЦ тележурналістики, НДЛ літературознавства»

НАКАЗУЮ:

1. Затвердити та ввести в дію:

- Положення про науково-методичний центр практичної підготовки студентів спеціальності «Дошкільна освіта» та «Початкова освіта» Педагогічного інституту (Додаток на 6 арк.);
- Положення про науково-методичний центр інформаційно-рекламної та профорієнтаційної діяльності (Додаток на 10 арк.);
- Положення про науково-дослідну лабораторію літературознавства Гуманітарного інституту (Додаток на 4 арк.);
- Положення про науково-методичний центр тележурналістики Гуманітарного інституту (Додаток на 6 арк.).

2. Цей наказ є невід'ємною частиною Положень.

3. Контроль за виконанням цього наказу покласти на проректора з організаційних питань та адміністративно-господарської роботи Турунцева О.П.

Ректор

В.Огнев'юк

59

Додаток до Наказу № 620
від «19» 12 2012 р.

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

ПОЛОЖЕННЯ
ПРО НАУКОВО-МЕТОДИЧНИЙ ЦЕНТР
ІНФОРМАЦІЙНО-РЕКЛАМНОЇ
ТА ПРОФОРІЄНТАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Київ – 2012

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1. Науково-методичний центр інформаційно-рекламної та профорієнтаційної діяльності (надалі — Центр) Київського університету імені Бориса Грінченка (надалі — Університет) створений для реалізації та вдосконалення комунікативної політики Університету, вивчення сучасних технологій забезпечення зв'язків з громадськістю, маркетингових і рекламних комунікацій, розробки методичних рекомендацій, а також для практичної підготовки студентів спеціальності «Реклама та зв'язки з громадськістю».

1.2. Центр є структурним підрозділом Університету, який діє на основі Законів України «Про освіту», «Про вищу освіту», «Про рекламу», «Про інформацію», постанови Кабінету міністрів України «Про затвердження Положення про державний вищий навчальний заклад», Статуту Університету, інших законодавчих актів і нормативних документів з питань вищої освіти та інформаційної діяльності і підпорядкований ректору. Безпосереднє керівництво роботою Центру здійснює його завідувач, який підзвітний та підконтрольний ректору.

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ЦЕНТРУ

2.1. Основною метою діяльності Центру є інформування широких верств населення про різні напрямки діяльності Університету та підтримка позитивного іміджу Університету як провідного освітнього, наукового, культурного центру Києва та України.

2.2. Завданнями Центру є:

2.2.1. Розробка та впровадження рекомендацій щодо рекламування і просування Університету та його структурних підрозділів на ринку освітніх послуг.

2.2.2. Надання методичної та організаційної підтримки підрозділам Університету в реалізації заходів щодо їх рекламування.

2.2.3. Створення умов, де студенти відповідних спеціальностей зможуть проходити практику для закріплення теоретичних знань, отриманих ними в процесі навчання, вдосконалювати практичні навички за майбутньою спеціальністю.

2.2.4. Здійснення постійної оперативної взаємодії з прес-службами органів державної влади, з громадськими організаціями, ЗМІ для своєчасного інформування громадськості про найважливіші події в діяльності Університету.

2.2.5. Зміцнення популярності і просування бренду «Київський університет імені Бориса Грінченка» на території Києва та України за допомогою інтегрованих маркетингових комунікацій.

2.2.6. Планування та організація комунікаційних кампаній, спрямованих на формування позитивного іміджу та репутації Університету.

2.2.7. Здійснення профорієнтаційної діяльності з-поміж старшокласників київських шкіл.

2.2.8. Взаємодія із загальноосвітніми навчальними закладами, професійними училищами, коледжами та підтримання з ними дружніх стосунків.

2.2.9. Створення та наповнення інформаційних потоків, пов'язаних з діяльністю Університету в рамках обраної керівництвом Університету інформаційної та іміджевої політики.

2.2.10. Організація заходів щодо реалізації програм соціальної відповідальності Університету.

2.2.11. Планування та здійснення рекламної діяльності Університету.

2.2.12. Планування і реалізація PR-програм, спрямованих на розвиток корпоративної культури Університету.

2.2.13. Організація постійної роботи внутрішньоуніверситетських друкованих та електронних корпоративних ЗМІ і сайту Університету.

2.2.14. Організація виставкової діяльності Університету.

2.2.15. Вивчення ринку освітніх послуг з метою виявлення конкурентоспроможності Університету.

2.2.16. Здійснення постійного моніторингу та аналізу ЗМІ.

3. ОСНОВНІ НАПРЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ

3.1. Створення умов для розроблення студентами-практикантами комплексних рекламних кампаній структурних підрозділів Університету, Університету загалом та сторонніх організацій на конкурсній основі.

3.2. Організація та проведення майстер-класів, творчих лабораторій за участю відомих практиків реклами, PR, керівників рекламних та PR-агенцій, прес-служб тощо; співробітництво з рекламними, PR-агенціями та професійними організаціями у цій сфері.

3.3. Встановлення робочих контактів з керівниками сторонніх організацій (бізнес-структури, громадські організації тощо) та надання їм пропозицій щодо оголошення тендерів на розроблення студентами комплексних рекламних кампаній цих організацій.

3.4. Створення відкритої бази резюме студентів і випускників «Реклами і зв'язків з громадськістю» та суміжних спеціальностей, створення бази місць практики та потенційних роботодавців.

3.5. Проведення наукових досліджень з проблематики Центру, формування фонду наукових матеріалів з проблеми дослідження на електронних носіях;

3.6. Підготовка і видання науково-методичних матеріалів Центру.

3.7. Формування рекламної стратегії, заснованої на перспективних напрямках подальшого організаційного розвитку, інноваційної та інвестиційної діяльності.

3.8. Планування робіт для проведення рекламних кампаній Університету та його структурних підрозділів:

- вивчення сегментів ринку, на яких планується рекламувати Університет;

- визначення цілей рекламної кампанії;
- розроблення основної ідеї рекламної кампанії;
- визначення типів конкретних носіїв реклами (газети, журнали, рекламні ролики тощо) та їх оптимального поєднання;
- вибір форм і методів реклами в засобах масової інформації, їх текстового, колірною й музичного оформлення;
- прогнозування термінів дії реклами;
- визначення витрат, необхідних для проведення рекламної кампанії.

3.9. Планування участі Університету у виставках:

- розроблення планів виставкових стендів;
- укладання договорів з оргкомітетами виставок;
- підготовка рекламних та інформаційних матеріалів, сувенірної рекламної продукції (блокнотів, календарів, канцелярського приладдя з логотипом, та ін.);
- підбір та підготовка персоналу для роботи на виставках.

3.10. Підготовка проектів договорів на розроблення та розміщення рекламного продукту зі сторонніми організаціями у випадках повномасштабної реклами на телебаченні, у засобах масової інформації, міському громадському транспорті тощо.

3.11. Встановлення та підтримка ефективних робочих відносин з установами, організаціями міста Києва, представниками бізнесу, громадських організацій тощо.

3.12. Поширення у пресі, на радіо і телебаченні матеріалів про основні напрямки розвитку Університету та його досягнення, реагування на висловлені на адресу Університету критичні зауваження (підготовка повідомлень у ЗМІ).

3.13. Організація прес-конференцій, круглих столів, проведення зустрічей та інтерв'ю з представниками засобів масової інформації з актуальних питань діяльності Університету.

3.14. Підготовка відеофільмів, формування та поповнення відео- та фотоархіву Університету, архіву публікацій про Університет та його співробітників і студентів.

3.15. Розроблення інформаційних матеріалів іміджевого характеру (інформаційно-довідкові видання, буклети, календарі, статті про діяльність Університету та ін.).

3.16. Інформаційне наповнення WEB-сайту Університету, координація та інформаційна підтримка діяльності студентських засобів масової інформації.

3.17. Створення бази шкіл України, налагодження контактів із керівництвом цих шкіл за допомогою особистого контакту, підтримка контактів (взаємовідносин) із керівництвом шкіл і потенційними абітурієнтами (привітання зі святами, запрошення на заходи Університету, інформування про новини).

3.18. Організація Днів відкритих дверей в Університеті: проведення екскурсії Університетом; вручення пакета з рекламною продукцією; організація зустрічей з директорами інститутів та Університетського коледжу.

3.19. Зустрічі представника Університету з випускниками безпосередньо в школах, проведення анкетування випускників з метою виявлення пріоритетних спеціальностей та створення бази потенційних вступників, запрошення потенційних вступників до Університету на Дні відкритих дверей.

3.20. Комунікація з потенційними вступниками в соціальних мережах (Вконтакте, Facebook).

3.21. Надання додаткових платних послуг у випадках та в порядку, передбаченому чинним законодавством України, нормативними документами університету.

4. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ ЦЕНТРУ

4.1. Центр має право:

4.1.1. Здійснювати види діяльності, визначені цим Положенням.

60

4.1.2. Представляти інтереси Університету у взаємовідносинах з іншими структурними підрозділами і сторонніми організаціями з питань, що входять до компетенції Центру.

4.1.3. Давати керівникам структурних підрозділів і окремим фахівцям рекомендації з питань, що входять до компетенції Центру.

4.1.4. Брати участь у загальноуніверситетських заходах, науково-методичних конференціях тощо з проблематики Центру.

4.1.5. Вимагати від інших структурних підрозділів Університету необхідну інформацію та документи з питань, що входять у компетенцію Центру.

4.1.6. За дорученням ректора представляти інтереси Університету в органах держаної влади та місцевого самоврядування, а також інших установах і організаціях з питань, що входять у компетенцію Центру.

4.2. Завідувач Центру має право:

4.2.1. Вносити на розгляд ректора пропозиції про заходи з удосконалення та реалізації комунікативної політики Університету, планування та організації комунікаційних кампаній, спрямованих на формування позитивного іміджу та репутації Університету тощо;

4.2.2. Підписувати і візувати документи в межах своєї компетенції.

4.2.3. У межах своєї компетенції повідомляти безпосередньому керівнику про всі недоліки в діяльності організації (структурного підрозділу, окремих працівників), виявлених у процесі виконання своїх посадових обов'язків, і вносити пропозиції щодо їх усунення.

4.2.4. Залучати фахівців інших структурних підрозділів Університету для виконання покладених на Центр обов'язків у випадках, передбачених положеннями про структурні підрозділи, в іншому випадку – за дорученням ректора.

4.2.5. Вносити пропозиції ректору щодо призначення, переміщення та звільнення працівників Центру, а також щодо їх заохочення або накладення

дисциплінарних стягнень.

4.2.6. Представляти інтереси організації у взаємовідносинах з іншими структурними підрозділами і сторонніми організаціями з питань, що входять до компетенції Центру.

4.3. Центр зобов'язаний:

4.3.1. Дотримуватися норм чинного законодавства України, Статуту Університету та своєчасно реагувати на зміни і доповнення нормативно-правової бази.

4.3.2. Використовувати надані та наявні ресурси раціонально й за цільовим призначенням.

4.3.3. Формувати і підтримувати ділові контакти та зв'язки, які представляють інтерес для Університету.

4.3.4. Надавати відомості та матеріали, необхідні для стратегічного планування діяльності Університету, а також щорічно звітувати про свою діяльність і досягнуті результати.

4.3.5. Брати участь у розробленні заходів щодо вдосконалення діяльності Центру та Університету загалом.

4.3.6. Забезпечувати дотримання правил та норм охорони та безпеки праці, протипожежної безпеки.

4.3.7. Подавати заявки щодо здійснення поточних ремонтів, технічного обслуговування обладнання Центру.

4.3.8. Забезпечувати збереження майна, що перебуває в користуванні Центру, ввірених документів і цінностей, якщо інше не передбачено чинним законодавством України, локальними нормативними актами Університету.

5. СТРУКТУРА ТА УПРАВЛІННЯ ЦЕНТРОМ

5.1. Структура та штатна чисельність Центру визначаються штатним розписом, який затверджується в установленому порядку.

5.2. Працівники Центру призначаються на посади наказом ректора за

поданням завідувача Центру.

5.3. Завдання, зміст роботи, права і обов'язки співробітників Центру визначаються відповідно до норм чинного законодавства України, Статуту Університету, Колективного договору, цього Положення та закріплюються в посадових інструкціях, затверджених ректором.

5.4. Управління Центром здійснюється завідувачем, який призначається на посаду і звільняється з неї ректором Університету. Права і обов'язки завідувача Центру визначаються установчими документами Університету, цим Положенням та посадовою інструкцією.

5.5. Завідувач Центру:

- здійснює загальне керівництво діяльністю Центру, несе персональну відповідальність за своєчасне і якісне виконання покладених на Центр завдань і функцій;

- здійснює в межах своєї компетенції функції управління (планування, організації, мотивації, контролю), приймає рішення з питань поточної роботи;

- розподіляє функціональні обов'язки та окремі доручення між співробітниками Центру;

- вносить пропозиції ректору щодо вдосконалення роботи Центру, оптимізації його структури та штатної чисельності;

- бере участь у перспективному і поточному плануванні діяльності Центру, а також підготовці проектів наказів, розпоряджень та інших документів, що стосуються діяльності Центру;

- вносить пропозиції щодо поліпшення матеріально-технічного та інформаційного забезпечення, умов праці, підвищення професійної підготовки працівників Центру;

- вносить пропозиції ректору щодо призначення, переміщення та звільнення працівників Центру, а також щодо їх заохочення або накладення дисциплінарних стягнень;

- здійснює контроль за виконанням працівниками Центру своїх

63

посадових обов'язків, дотриманням трудової дисципліни;

- у межах своєї компетенції підписує документи (внутрішнього документообігу), які направляються від імені Центру.

5.6. Працівники Центру несуть персональну відповідальність за невиконання чи неналежне виконання посадових обов'язків у межах, визначених нормами чинного законодавства України

6. ВЗАЄМОДІЯ З ІНШИМИ СТРУКТУРНИМИ ПІДРОЗДІЛАМИ

6.1. Центр тісно співпрацює з іншими структурними підрозділами Університету з питань вдосконалення і реалізації комунікативної політики Університету та з інших питань, які пов'язані з діяльністю Центру.

6.2. У співпраці з відповідними службами Університету Центр вирішує економічні та фінансово-господарські питання, пов'язані з формуванням та розвитком матеріальної бази, а також питання ефективності роботи персоналу, підвищення кваліфікації працівників.

6.3. Звернення до працівників інших структурних підрозділів Університету може бути як у писемній, так і в усній формах. Повторне звернення з одного й того ж питання, в разі його невиконання, здійснюється в писемній формі.

7. ФІНАНСОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА МАЙНОВІ ВІДНОСИНИ ЦЕНТРУ

7.1. Для реалізації завдань і функцій Центру працівники мають право користуватися майном, що є на балансі Університету.

7.2. Університет забезпечує Центр необхідним приміщенням, обладнанням, технічними засобами тощо.

7.3. Фінансування діяльності Центру здійснюється за рахунок коштів загального та спеціального фондів Університету.