

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

ЗАТВЕРДЖЕНО

Рішення Вченої ради Університету
від 21 березня 2024 року (протокол № 2),
введене в дію наказом від 21.03.2024 №254

ПОЛОЖЕННЯ ПРО НАУКОВО-МЕТОДИЧНИЙ ЦЕНТР ІНФОРМАЦІЙНО-РЕКЛАМНОЇ ТА ПРОФОРІЄНТАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КИЇВСЬКОГО СТОЛИЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1. Науково-методичний центр інформаційно-рекламної та профорієнтаційної діяльності (далі – НМЦ ІРПД) є структурним підрозділом Київського столичного університету імені Бориса Грінченка (далі – Університет), який утворюється на підставі рішення Вченої ради Університету та у своїй роботі безпосередньо підпорядковується першому проректору (у частині інформаційно-рекламної діяльності) і проректору з науково-педагогічної та навчальної роботи (у частині профорієнтаційної діяльності).

1.2. НМЦ ІРПД у своїй діяльності керується Законами України «Про освіту», «Про вищу освіту», «Про фахову передвищу освіту», «Про інформацію», «Про рекламу», а також іншими нормативно-правовими актами, які регулюють питання, пов'язані з діяльністю НМЦ ІРПД; Статутом Університету та цим Положенням, наказами і розпорядженнями ректора Університету, розпорядженнями першого проректора, проректора з науково-педагогічної та навчальної роботи.

2. МЕТА Й ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ

2.1. Основною метою діяльності НМЦ ІРПД є інформування широких верств населення про різні напрями діяльності Університету та підтримка позитивного іміджу Університету як одного з найкращих сучасних муніципальних та одного з найбільш соціально-інклюзивних університетів Києва та України.

2.2. Основними завданнями НМЦ ІРПД є:

2.2.1. Зміцнення популярності та просування бренду «Київський столичний університет імені Бориса Грінченка» за допомогою інтегрованих маркетингових комунікацій на регіональному, національному та міжнародному рівнях.

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

2.2.3. Здійснення постійної оперативної взаємодії з пресслужбами органів державної влади та місцевого самоврядування, з громадськими організаціями, медіа для своєчасного інформування громадськості про найважливіші події в діяльності Університету.

2.2.4. Планування та здійснення профорієнтаційної діяльності з-поміж потенційних абітурієнтів.

2.2.5. Надання методичної та організаційної підтримки підрозділам Університету в реалізації профорієнтаційних заходів; використання графічних елементів, палітри й інших складових фірмового стилю Університету; спрямування присутності в інтернетпросторі на збільшення впізнаваності та зміцнення довіри до структурного підрозділу й Університету загалом; залучення цільової аудиторії до взаємодії.

3. НАПРЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ

3.1. Основними напрямками діяльності НМЦ ІРПД є:

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

3.1.2. Підготовка пресанонсів, пресрелізів, інших інформаційних повідомлень для медіа.

3.1.3. Здійснення систематичного моніторингу медіа.

3.1.4. Організація інтенсивних планових комунікаційних кампаній, що здійснюються упродовж обмеженого періоду часу, спрямованих на формування позитивного іміджу й репутації Університету та досягнення певної конкретної мети.

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

3.1.6. Інформаційна підтримка заходів щодо реалізації програм соціальної відповідальності Університету.

3.1.7. Планування та здійснення рекламної діяльності Університету:

- вивчення сегментів ринку, на яких планується рекламувати Університет;

- визначення цілей рекламної кампанії;

- розроблення основної ідеї рекламної кампанії;

- визначення типів конкретних носіїв реклами та їх оптимального поєднання;

- вибір форм і методів реклами в засобах масової інформації, їх текстового, візуального та музичного оформлення;

- прогнозування строків дії реклами;

- визначення витрат, необхідних для проведення рекламної кампанії.

3.1.8. Планування і реалізація PR-програм, спрямованих на зміцнення корпоративної культури Університету.

3.1.9. Систематичне ведення сторінок Університету на популярних інтернет-платформах і в соціальних мережах.

3.1.10. Створення та публікація у соціальних мережах різноманітного контенту високої якості (зображення, відео, інфографіка тощо).

3.1.11. Регулярне (щоденне) відстеження активності в соціальних мережах, реагування на коментарі, приватні повідомлення користувачів.

3.1.12. Здійснення профорієнтаційної діяльності з-поміж старшокласників ЗЗСО Києва та України.

3.1.13. Взаємодія із ЗЗСО, закладами професійної освіти, коледжами та підтримання з ними партнерських стосунків.

3.1.14. Організація Днів відкритих дверей в Університеті: презентація; проведення екскурсій Університетом; вручення пакета з рекламною продукцією;

- 3.1.15. Організація виставкової діяльності Університету:
- розроблення концепції та оформлення виставкових стендів;
 - здійснення комунікації з оргкомітетами виставок;
 - підготовка рекламних та інформаційних матеріалів, сувенірної продукції (блокнотів, календарів, канцелярського приладдя з логотипом тощо);
 - підбір і підготовка персоналу для роботи на виставках.
- 3.1.16. Проведення наукових досліджень з проблематики НМЦ ІРПД.
- 3.1.17. Оперативні маркетингові дослідження в Інтернеті (попит, потреби і поведінка споживачів, ефективність комунікації, відвідуваність сайтів, сторінок тощо).
- 3.1.18. Підготовка і видання методичних, інформаційних та презентаційних матеріалів – буклетів, брошур тощо.
- 3.1.19. Розроблення айдентики та створення брендбука Університету.
- 3.1.20. Розроблення та супровід виготовлення поліграфічної та сувенірної брендваної продукції.
- 3.1.21. Організація фотосесій та репортажної фотозйомки університетських подій; створення та наповнення фотоархіву.
- 3.1.22. Надання додаткових платних послуг згідно з переліком та у порядку, передбаченому законодавством України, нормативними документами Університету.

4. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ

- 4.1. НМЦ ІРПД має право:
- 4.1.1. Планувати свою діяльність відповідно до завдань, зазначених у цьому Положенні, наказів і розпоряджень ректора, розпоряджень першого проректора, проректора з науково-педагогічної та навчальної роботи, а також інших нормативних документів Університету.
- 4.1.2. Отримувати підтримку від керівництва Університету в створенні умов, необхідних для ефективного вирішення виробничих завдань.
- 4.1.3. Залучати до співпраці педагогічних / науково-педагогічних / наукових / адміністративних працівників факультетів, Фахового коледжу «Універсум», Інституту післядипломної освіти та загальноуніверситетських підрозділів; отримувати від них необхідну для роботи НМЦ ІРПД інформацію.
- 4.1.4. Проводити наради та брати участь у нарадах з питань, що стосуються діяльності НМЦ ІРПД.
- 4.1.5. Вносити пропозиції щодо позиціонування Університету, його іміджу, просування бренду «Київського столичного університету імені Бориса Грінченка».
- 4.1.6. Здійснювати моніторинг дотримання рекомендацій із використання фірмового стилю Університету.
- 4.1.7. За дорученням ректора Університету, першого проректора, проректора з науково-педагогічної та навчальної роботи співпрацювати з представниками

органів державної влади та місцевого самоврядування, громадськості, організацій, установ, медіа з питань, які входять до компетенції НМЦ ІРПД.

4.2. НМЦ ІРПД зобов'язаний:

4.2.1. У процесі діяльності дотримуватися законодавства України, нормативних документів Університету та цього Положення.

4.2.2. Забезпечувати своєчасне та якісне виконання завдань за напрямками своєї діяльності.

4.2.3. Забезпечувати збереження обладнання та майна Університету, закріпленого за НМЦ ІРПД.

4.2.4. Забезпечувати дотримання правил та норм охорони і безпеки праці, протипожежної безпеки.

5. СТРУКТУРА ТА УПРАВЛІННЯ

5.1. Структура та чисельність працівників НМЦ ІРПД визначається штатним розписом, що затверджується в установленому порядку.

5.2. Права та посадові обов'язки працівників НМЦ ІРПД визначаються посадовими інструкціями, які розробляються відповідно до чинного законодавства і цього Положення та затверджуються ректором Університету.

5.3. НМЦ ІРПД очолює завідувач, який призначається на посаду та звільняється з посади наказом ректора Університету за поданням першого проректора, проректора з науково-педагогічної та навчальної роботи.

5.4. Завідувач НМЦ ІРПД:

- здійснює загальне керівництво роботою НМЦ ІРПД і несе відповідальність за своєчасне та якісне виконання покладених на НМЦ завдань;

- здійснює контроль за виконанням працівниками НМЦ ІРПД своїх посадових обов'язків, дотриманням трудової дисципліни;

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

- забезпечує взаємодію з іншими структурними підрозділами Університету;

- ухвалює рішення з питань поточної роботи; у межах своєї компетенції підписує документи, що пов'язані з діяльністю НМЦ ІРПД.

6. МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ТА ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

6.1. НМЦ ІРПД не є юридичною особою, а у відносинах з юридичними та фізичними особами діє від імені Університету.

6.2. Фінансування діяльності НМЦ ІРПД здійснюється за рахунок загального та спеціального фондів бюджету відповідно до кошторису доходів і видатків Університету.

6.3. НМЦ ІРПД має право користуватися майном, що є на балансі Університету.
