

**Міністерство освіти і науки України  
Державний заклад «Луганський національний університет  
імені Тараса Шевченка»**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**  
Наказ ректора 29.08.2017 № 102/1-3Д

**ЗАТВЕРДЖЕНО**  
**зміни**  
Наказ ректора 29.11.2024 № 141-ОД

**ПОЛОЖЕННЯ  
ПРО ВІДДІЛ МАРКЕТИНГУ  
ДЕРЖАВНОГО ЗАКЛАДУ  
«ЛУГАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА»**

**ПОГОДЖЕНО**  
Протокол засідання  
вченої ради від 28.08.2017 № 1

**ПОГОДЖЕНО**  
**зміни**  
Протокол засідання  
вченої ради від 29.11.2024 № 5

## **1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ**

1.1. Відділ маркетингу є структурним підрозділом ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка» (далі – ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка») і не має самостійного балансу та статусу юридичної особи.

1.2. Відділ маркетингу здійснює свою діяльність у відповідності з Конституцією України, Кодексом законів про працю, указами та розпорядженнями Президента України, постановами та розпорядженнями Кабінету міністрів України та Міністерства освіти і науки України, Статутом ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка» та Положенням про відділ маркетингу.

1.3. Відділ маркетингу підпорядковується ректору університету.

## **2. ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ ВІДДІЛУ**

2.1. Відділ маркетингу створюється з метою використання маркетингових інструментів для підвищення конкурентоспроможності університету на ринку освітніх послуг, формування об'єктивного уявлення про заклад і підтриманню об'єктивного іміджу університету.

2.2. Основними завданнями відділу маркетингу є:

- Організація комплексного вивчення і аналіз вітчизняного та зарубіжного ринків освітніх послуг, перспектив їхнього розвитку з метою одержання інформації щодо співвідношення попиту і пропозиції, рівня цін на освітні послуги.

- Організація роботи з аналізу ефективності рекламних заходів у ЗМІ, найбільш ефективних форм і методів рекламування освітніх послуг, які надаються в ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка».

- Розповсюдження рекламної інформації та продукції серед зацікавлених осіб, абітурієнтів та по школах у межах області, України та за її кордоном.

- Організація підготовки інформації та розміщення рекламної інформації у засобах масової інформації, а також у довідниках та банках даних різних установ.

## **3. ФУНКЦІЇ ВІДДІЛУ**

3.1. Підготовка документів і укладання угод для оформлення взаємовідносин університету (як замовника) з рекламними агентствами, поліграфічними фірмами та видавництвами як виконавцями замовлення.

3.2. Розробка і надання пропозицій щодо реалізації програми по підтримці іміджу університету.

3.3. Підготовка матеріалів для створення сувенірної продукції рекламно-іміджевого характеру (проспекти, буклети, каталоги послуг та ін.).

3.4. Збір та підготовка інформації для поповнення офіційного Web-сайту університету.

3.5. Взаємодія та обмін інформацією зі ЗМІ (телебаченням, пресою, радіо), прес-службами виконавчих комітетів міських рад, обласних державних адміністрацій, Департаментами освіти і науки обласних державних адміністрацій, міськими та районними відділами освіти, Центрами зайнятості населення.

3.6. Розробка, організація та проведення (сумісно з відповідальними особами від структурних підрозділів) рекламно-агітаційних кампаній профорієнтаційного характеру, спрямованих на забезпечення високого конкурсу серед абітурієнтів до університету.

3.7. Оцінка ефективності рекламної кампанії з набору абітурієнтів.

3.8. Збір, аналіз, обробка та оперативне надання інформації засобам масової інформації про діяльність університету, крім випадків, передбачених Законом України «Про державну таємницю».

3.9. Вироблення єдиної системи висвітлення у засобах масової інформації заходів університету.

3.10. Організація та проведення прес-конференцій, брифінгів: підготовка інтерв'ю, виступів публікацій у засобах масової інформації, телевізійних і радіопередач ректора університету, а також членів професорсько-викладацького колективу й студентів, співробітників університету.

3.11. Відображення в українських засобах масової інформації ролі університету в науковій, освітній, суспільній, культурній, спортивній та інших сферах життя держави.

3.12. Випуск і поширення прес-релізів та прес-анонсів, підготовка та розповсюдження у засобах масової інформації фотоматеріалів, пов'язаних з діяльністю університету.

3.13. Підготовка оглядів обласних, міських та районних ЗМІ з метою оперативного реагування на критичні зауваження, конструктивні пропозиції та інформацію про університет, що не відповідає дійсності.

#### **4. СТРУКТУРА ТА УПРАВЛІННЯ ВІДДІЛОМ**

4.1. Відділ як структурний підрозділ ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка» утворюється за рішенням вченої ради університету.

4.2. До складу відділу маркетингу входять начальник відділу маркетингу, провідні фахівці, фахівці першої категорії.

4.3. Відділ маркетингу звітує ректору, ректорату, вченій раді.

4.4. Штатний розпис відділу маркетингу затверджується ректором ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка».

4.5. Витрати на забезпечення діяльності маркетингу передбачаються кошторисом ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка».

4.6. Відділ маркетингу очолюється начальником відділу, на час його відсутності фахівцем, який тимчасово виконує функції начальника відділу.

4.7. Відділ маркетингу очолює начальник відділу, який призначається та звільняється з посади наказом ректора університету.

4.8. Фахівці першої категорії та провідні фахівці відділу маркетингу призначаються на посаду і звільняються з посади наказом ректора відповідно до діючого законодавства про працю.

## **5. ВЗАЄМОВІДНОСИНИ**

5.1. Свою діяльність відділ здійснює у взаємодії зі структурними підрозділами ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка».

5.2. Виконує поставлені завдання шляхом залучення кваліфікованих спеціалістів з числа працівників університету.

## **6. ПРАВА ВІДДІЛУ**

Відділ має право:

6.1. Брати участь у всіх заходах, що проводяться університетом, отримувати необхідну інформацію, матеріали від інших структурних підрозділів університету та запрошувати представників засобів масової інформації для участі у заходах, що проводяться університетом.

6.2. Вносити пропозиції керівництву університету щодо організації роботи відділу та планувати заходи щодо інформування населення за допомогою засобів масової інформації;

6.3. На належні умови праці, побуту, відпочинку, а також користуватися пільгами, установленими законодавствами «Про працю», зокрема й скороченим робочим днем, подовженою відпусткою.

6.4. Бути захищеним від посягання на правові, соціальні та професійні гарантії відповідно до чинних актів, законодавства та нормативних актів Міністерства освіти і науки України, статуту закладу.

6.5. На соціальний захист, повне відшкодування шкоди у разі нещасного випадку на підприємстві.

6.6. Аналізувати висвітлення заходів університету в публікаціях друкованих засобів масової інформації та трансляціях по радіо та телебаченню, надавати рекомендації ректору університету, а також членам професорського-викладацького колективу й студентам, співробітникам університету щодо оптимізації роботи зі ЗМІ.

6.7. Залучати за узгодженням з керівництвом університету і структурних підрозділів окремих спеціалістів для здійснення заходів, пов'язаних із забезпеченням зв'язків з засобами масової інформації.

## **7. ЛІКВІДАЦІЯ ВІДДІЛУ**

7.1. Ліквідація відділу здійснюється на передбачених законодавством України умовах.

7.2. Скорочені при ліквідації співробітники звільняються відповідно до Кодексу закону України про працю.

#### **4. ЗАКЛЮЧНІ ПОЛОЖЕННЯ**

8.1. Покладення на відділ обов'язків, не передбачених цим Положенням, не допускається.

8.2. Університет створює умови для нормальної роботи і підвищення кваліфікації працівників відділу, забезпечує їх приміщенням, телефонним та інтернет зв'язком, необхідними засобами оргтехніки, відповідно обладнаними місцями для зберігання документів.

8.3. Зміни та доповнення до Положення можуть бути внесені за ініціативою керівництва університету, начальника відділу, а також з метою приведення Положення у відповідність з чинним Законодавством.