

Автономная некоммерческая
организация высшего образования
Самарский университет
государственного управления
«Международный институт рынка»
(АНО ВО Университет «МИР»)

УТВЕРЖДАЮ
Ректор АНО ВО
Университет «МИР»

_____ В. Г. Чумак

1 октября 2021 г.

Положение
о научно-образовательном центре
цифровых технологий и интернет маркетинга
Автономной некоммерческой организации высшего образования
Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка»
(АНО ВО Университет «МИР»)

г. Самара

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящее Положение регламентирует работу структурного подразделения Автономной некоммерческой организации высшего образования Самарский университет государственного управления «Международный институт рынка» (далее Университет) Научно-образовательный центр цифровых технологий и интернет маркетинга (далее Центр).

1.2. В своей деятельности Центр руководствуется:

- Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федеральным законом от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»;
- Федеральным законом от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных»;
- Приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 N 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» (Зарегистрировано в Минюсте России 14.07.2017 N 47 415);
- Приказом Минобрнауки России от 14.06.2013 № 464 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования»;
- Приказом Минобрнауки России от 23.08.2017 N 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ» (Зарегистрировано в Минюсте России 18.09.2017 N 48 226);
- Приказ Рособрнадзора от 14.08.2020 N 831 «Об утверждении Требований к структуре официального сайта образовательной организации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и формату представления информации» (Зарегистрировано в Минюсте России 12.11.2020 N 60 867);
- нормативными правовыми актами, другими руководящими и методическими материалами, регламентирующими предпринимательскую, коммерческую, рекламную деятельность организаций;
- Уставом Университета;
- локальными нормативными актами Университета.

1.3. Непосредственное руководство Центра осуществляет директор Центра, который назначается на должность приказом ректора Университета.

1.4. Ресурсы Центра (работники и инфраструктура) формируются по представлению Директора Центра на имя Проректора по цифровому развитию или ректора Университета.

1.5. Директор Центра взаимодействует со всеми структурными подразделениями Университета по вопросам деятельности Центра.

2. НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЕПАРТАМЕНТА

2.1. Основные направления деятельности Центра:

- системный анализ уровня цифровизации основных процессов деятельности Университета в области исследования вопросов применения цифровых технологий и интернет-маркетинга;

- поиск и разработка цифровых решений для оптимизации маркетинговой деятельности Университета;
- поиск, разработка и внедрений современных цифровых технологий в маркетинговую кампанию Университета;
- организация повышения квалификации и формирования цифровых компетенций работников и профессорско-преподавательского состава Университета;
- взаимодействие с факультетами, институтами и кафедрами Университета по вопросам применения цифровых технологий и интернет-маркетинга в образовательном процессе, путем анализа соответствующих дисциплин и разработки предложений по их тематическому наполнению;
- разработка и реализация маркетинговой и рекламной стратегии Университета, сосредоточенной в онлайн-среде;
- разработка и внедрение в работу Университета цифровых решений в области интернет маркетинга.

3. ФУНКЦИИ ЦЕНТРА

3.1 Центр осуществляет следующие функции:

- взаимодействие со всеми структурными подразделениями Университета по вопросам применения цифровых технологий и интернет-маркетинга;
- взаимодействие с Центром автоматизации учебного процесса по вопросам функционирования и развития ИСУ ВУЗ, а также по вопросам организации дистанционных форм обучения;
- поиск и разработка цифровых решений для оптимизации учебного процесса в Университете в сфере цифровых технологий и интернет-маркетинга;
- поиск, разработка и внедрение современных цифровых технологий в структуру основных процессов управления Университета, связанных с интернет-маркетингом и рекламой;
- планирование и реализация маркетинговой стратегии и рекламной деятельности Университета;
- содействие подразделениям Университета в реализации самостоятельно разработанных мероприятий по продвижению соответствующих направлений деятельности Университета;
- выбор форм и методов рекламы в интернет-каналах и онлайн средствах массовой информации, их текстового, цветового и музыкального оформления;
- определение конкретных рекламных каналов (социальные сети, контекстная реклама, таргетированная реклама, баннерная реклама, тизеры, CPA-сети и т.д.) и их оптимальное сочетание.

4. ПОЛНОМОЧИЯ ЦЕНТРА

4.1 Центр имеет право:

- организовывать и координировать работу структурных подразделений Университета по вопросам внедрения цифровых технологий и интернет-маркетинга в стратегии продвижения услуг структурных подразделений Университета;
- проводить системный анализ деятельности подразделений Университета на предмет использования актуальных цифровых решений в области продвижения собственных услуг;

- привлекать работников и профессорско-преподавательский состав для участия в образовательных программах по тематике внедрения и использования цифровых технологий и интернет-маркетинга, проводимых в Университете;
- иметь доступ ко всей информации о цифровых технологиях и применении интернет-маркетинга внутри Университета;
- знакомиться с регламентами, положениями, документами Университета на предмет их соответствия цифровым стандартам и современным подходам организации интернет-маркетинга.

5. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЦЕНТРА

5.1 Центр несет ответственность за:

- качество и своевременность выполнения возложенных на Центр обязанностей;
- неисполнение или ненадлежащее исполнение своих функций, обусловленных настоящим Положением.

6. ВЗАИМОСВЯЗИ ЦЕНТРА С ДРУГИМИ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯМИ УНИВЕРСИТЕТА

6.1 В ходе осуществления своих функций Центр взаимосвязан:

- с руководством Университета;
- с Департаментом цифровизации и маркетинговых технологий;
- со всеми структурными подразделениями Университета;
- со всеми подразделениями по обеспечению доступа в Интернет.