

**Автономная некоммерческая организация  
дополнительного профессионального образования  
«Учебно-курсовой комбинат «Мособлгаз»  
(АНО ДПО «УКК «Мособлгаз»)**

УТВЕРЖДАЮ  
Директор  
АНО ДПО «УКК «Мособлгаз»



/А. Н. Киселев/  
«20» апреля 2026 год

**ПОЛОЖЕНИЕ**  
о секторе маркетинга и рекламы

2026 год

## Термины и сокращения

Термины, сокращения и обозначения	Определение или расшифровка
Сектор МиР	Сектор маркетинга и рекламы
УКК	Учебно-курсовой комбинат
ДПО	Дополнительно профессиональное образование
B2B	Бизнес для бизнеса (корпоративные клиенты)
CRM	Система управления взаимоотношениями с клиентами
KPI	Ключевые показатели эффективности
ROMI	Возврат маркетинговых инвестиций
CPA	Стоимость привлечения одного клиента/заявки
СМИ	Средства массовой информации
ПО	Программное обеспечение
ИКТ	Информационно-коммуникационные технологии

### 1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение регламентирует деятельность сектора маркетинга и рекламы (далее – Сектор МиР), определяет его цель, задачи, функции, структуру, права, ответственность, порядок реорганизации и ликвидации.

1.2. Сектор МиР является структурным подразделением автономной некоммерческой организации дополнительного профессионального образования «Учебно-курсовой комбинат «Мособлгаз» (далее – АНО ДПО «УКК «Мособлгаз»).

1.3. Настоящее Положение разработано в соответствии с требованиями:

- Закона «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ;
- Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»;
- Федерального закона от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных»;
- Постановления Правительства РФ от 15.09.2020 № 1441 «Об утверждении правил оказания платных образовательных услуг»;
- Устава и локальных актов АНО ДПО «УКК «Мособлгаз»;
- Приказов, распоряжений и указаний директора.

1.4. Структуру и численность Сектора МиР утверждает директор АНО ДПО «УКК «Мособлгаз» в соответствии со штатным расписанием.

1.5. Организация делопроизводства в Секторе МиР осуществляется в соответствии с номенклатурой дел, утверждённой директором.

1.6. Сектор МиР создаётся, реорганизуется и ликвидируется приказом директора.

1.7. Деятельностью Сектора МиР руководит начальник сектора маркетинга и рекламы, который назначается и освобождается от должности приказом директора.

## **2. Структура и управление**

2.1. Общее руководство и контроль деятельности Сектора МиР осуществляет начальник сектора маркетинга и рекламы.

2.2. В состав Сектора маркетинга и рекламы входят следующие должности (количество штатных единиц определяется штатным расписанием организации):

- Начальник сектора маркетинга и рекламы;
- Специалист по маркетингу;
- (при расширении) должности в соответствии с Общероссийским классификатором профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов (ОКПДТР) ОК 016-2025.

2.3. Начальник сектора маркетинга и рекламы подчиняется непосредственно директору организации, а в его отсутствие – первому заместителю директора по учебно-методической работе.

2.4. Специалист по маркетингу и иные сотрудники Сектора подчиняются непосредственно начальнику сектора маркетинга и рекламы.

2.5. Распределение обязанностей между сотрудниками Сектора осуществляется начальником сектора маркетинга и рекламы.

2.6. Квалификационные требования, функциональные обязанности, права и ответственность работников Сектора регламентируются должностными инструкциями и трудовыми договорами.

## **3. Цель и задачи сектора маркетинга и рекламы**

3.1. Целью деятельности Сектора маркетинга и рекламы является формирование и реализация эффективной маркетинговой и рекламной стратегии, направленной на продвижение образовательных услуг АНО ДПО «УКК «Мособлгаз», привлечение целевой аудитории (сотрудников газовых служб, специалистов смежных отраслей, корпоративных клиентов и частных лиц), увеличение доли рынка дополнительного

профессионального образования в Московской области, а также развитие узнаваемости и позитивного имиджа организации.

### **3.2. Задачи Сектора маркетинга и рекламы:**

- Проведение маркетинговых исследований рынка образовательных услуг, анализ конкурентной среды и потребительских предпочтений.
- Разработка и реализация маркетинговой стратегии, планов продвижения и рекламных кампаний.
- Формирование и управление бюджетом маркетинга и рекламы, контроль эффективности расходов.
- Организация рекламной деятельности (онлайн и офлайн), включая разработку креативных материалов, размещение в СМИ, управление контекстной и таргетированной рекламой.
- Поддержка и развитие бренда организации, формирование положительной репутации.
- Взаимодействие с учебными пунктами, отделом УМР, сектором ИКТ и другими подразделениями для координации маркетинговых активностей.
- Анализ эффективности маркетинговых и рекламных мероприятий, подготовка отчётности и рекомендаций по оптимизации.
- Сбор и анализ обратной связи от слушателей и партнёров для улучшения сервиса и качества обучения.

## **4. Взаимодействие с другими структурными подразделениями**

4.1. Сектор МиР выполняет возложенные на него функции в тесном сотрудничестве и взаимодействии со всеми структурными подразделениями АНО ДПО «УКК «Мособлгаз».

### **4.2. Сектор маркетинга и рекламы получает:**

- от отдела УМР – информацию о планируемых и действующих образовательных программах, сроках набора, изменениях в учебных планах;
- от руководителей учебных пунктов – данные о локальной загруженности, потребностях в продвижении, отзывах слушателей;
- от сектора ИКТ – техническую поддержку для работы с сайтом, CRM-системой, инструментами аналитики;
- от бухгалтерии – данные об исполнении бюджета, лимитах расходов.

### **4.3. Сектор маркетинга и рекламы предоставляет:**

- директору – стратегические планы маркетинга, отчёты о выполнении KPI, анализ эффективности рекламных кампаний;
- отделу УМР – аналитику по востребованности образовательных программ, рекомендации по формированию ассортимента;
- руководителям учебных пунктов – локальные маркетинговые планы, рекламные материалы, отчёты по продвижению;
- сектору ИКТ – требования к функциональности сайта и CRM для сбора маркетинговых данных.

## **5. Функции сектора маркетинга и рекламы**

### **5.1. Маркетинговые исследования и аналитика:**

- Сбор, обработка и анализ информации о рынке дополнительного профессионального образования в Московской области и г. Москве.
- Мониторинг деятельности конкурентов (цены, программы, каналы продвижения, акции).
- Изучение потребностей и предпочтений целевых аудиторий (корпоративные клиенты, частные лица, сотрудники газовой отрасли).
- Оценка внутреннего потенциала организации (учебные пункты, преподавательский состав, материально-техническая база).
- Подготовка аналитических отчётов и прогнозов для руководства.

### **5.2. Стратегическое и оперативное планирование:**

- Разработка маркетинговой стратегии организации на год, квартал, месяц.
- Формирование совместно с отделом УМР и руководителями учебных пунктов ассортиментной и ценовой политики.
- Планирование рекламных кампаний, медиапланирование, определение бюджетов.
- Установление ключевых показателей эффективности (KPI) для Сектора и отдельных сотрудников.

### **5.3. Рекламная деятельность и продвижение:**

- Разработка рекламных концепций и креативных материалов (баннеры, буклеты, презентации, видеоролики, посты для соцсетей).
- Размещение рекламы в СМИ, на интернет-площадках (Яндекс.Директ, Яндекс.Бизнес, VK, Мах и др.), наружная реклама.
- Управление контент-маркетингом: ведение официального сайта, социальных сетей, блогов.

- Организация и участие в профильных выставках, конференциях, днях открытых дверей.

- Взаимодействие с рекламными агентствами, подрядчиками, медиабайерами.

#### 5.4. Управление бюджетом и эффективностью:

- Планирование расходов на маркетинг и рекламу в рамках утверждённого бюджета.

- Контроль целевого использования средств, своевременная оплата услуг подрядчиков.

- Расчёт показателей эффективности (CTR — показатель кликабельности CPC — цена за клик CR — коэффициент конверсии CPL — цена за лид ROAS — рентабельность инвестиций в рекламу Показатель отказов ROI (Return on Investment) — это коэффициент окупаемости инвестиций).

- Подготовка ежемесячных/квартальных отчётов о выполнении планов и достигнутых результатах.

#### 5.5. Развитие учебных пунктов и региональная работа:

- Совместно с руководителями учебных пунктов определение локальных маркетинговых активностей.

- Анализ перспектив открытия новых учебных пунктов на основе маркетинговых данных.

- Координация сбора обратной связи от слушателей и партнёров для улучшения сервиса.

- Разработка рекомендаций по улучшению инфраструктуры и сервиса учебных пунктов.

#### 5.6. Брендинг и репутационный менеджмент:

- Разработка и поддержка фирменного стиля организации (логотип, цветовая гамма, шаблоны документов).

- Мониторинг упоминаний организации в интернете и СМИ.

- Реагирование на негативные отзывы, подготовка информационных материалов для пресс-службы.

- Участие в рейтингах, премиях, конкурсах в сфере образования.

#### 5.7. Внутренние коммуникации и отчётность:

- Предоставление отчётов о работе Сектора директору не реже одного раза в месяц.

- Ведение учёта и анализа обращений от потенциальных клиентов (заявки, звонки).

- Обеспечение сохранности коммерческой тайны и конфиденциальной информации.
- Соблюдение правил внутреннего трудового распорядка, охраны труда и пожарной безопасности.

## **6. Основные направления работы сектора маркетинга и рекламы**

- 6.1. Стратегический маркетинг – анализ рынка, позиционирование, разработка маркетинговой стратегии, бренд-менеджмент.
- 6.2. Операционный маркетинг – планирование рекламных кампаний, управление продвижением по каналам, выполнение планов привлечения клиентов.
- 6.3. Цифровой маркетинг – SEO, контекстная и таргетированная реклама, управление сайтом и соцсетями, email-маркетинг, веб-аналитика.
- 6.4. Офлайн-маркетинг – печатная продукция, наружная реклама, участие в выставках, прямая рассылка, мероприятия.
- 6.5. Аналитика и отчётность – мониторинг KPI, расчёт эффективности, подготовка аналитических отчётов, прогнозирование.
- 6.6. Развитие учебных пунктов – локальное продвижение, сбор обратной связи, предложения по улучшению.

## **7. Права**

7.1. Сектор МиР в пределах своей компетенции вправе:

- запрашивать от всех структурных подразделений информацию, документы и материалы, необходимые для выполнения своих функций (данные о наборе, отзовы, финансовые показатели и др.);
- контролировать соблюдение маркетинговых стандартов и брендбука при подготовке любых внешних материалов организации;
- вносить предложения директору по изменению ассортимента, ценовой политики, рекламных бюджетов;
- инициировать проведение маркетинговых исследований с привлечением внешних подрядчиков;
- вести переписку с рекламными агентствами, СМИ, партнёрами по вопросам компетенции;
- участвовать в совещаниях, заседаниях Педагогического совета при обсуждении маркетинговых вопросов;
- разрабатывать и утверждать внутренние регламенты Сектора (при условии согласования с директором).

## **8. Ответственность**

8.1. Начальник сектора маркетинга и рекламы несёт ответственность за:

- выполнение поставленных перед Сектором задач и функций;
- достижение утверждённых ключевых показателей эффективности Сектора;
- целевое и эффективное использование маркетингового бюджета;
- организацию документооборота, учёта и хранения документов Сектора;
- своевременное и качественное исполнение поручений директора;
- соблюдение правил внутреннего трудового распорядка, охраны труда и пожарной безопасности сотрудниками Сектора;
- неразглашение коммерческой тайны и конфиденциальной информации.

8.2. Работники Сектора МиР несут ответственность в соответствии с законодательством РФ за:

- нарушение требований Федерального закона № 152-ФЗ «О персональных данных»;
- нарушение законодательства о рекламе при разработке и размещении материалов;
- сохранность имущества организации, принятого на ответственное хранение;
- неисполнение или ненадлежащее исполнение своих должностных обязанностей;
- недостоверность или ошибочность маркетинговых аналитических данных, если это произошло по их вине и привело к убыткам или репутационным потерям.

8.3. За нарушения работники могут быть привлечены к дисциплинарной, материальной, административной или иной ответственности в соответствии с нормами трудового и гражданского законодательства.

## **9. Заключительные положения**

9.1. Настоящее Положение вступает в силу с момента его утверждения приказом директора АНО ДПО «УКК «Мособлгаз».

9.2. Изменения и дополнения в настоящее Положение вносятся при изменении законодательства, структуры организации, расширении или сокращении функций Сектора, внедрении новых технологий или по решению руководства.

9.3. Деятельность Сектора маркетинга и рекламы может быть прекращена путём реорганизации или ликвидации на основании приказа директора.