

Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II

Затверджено Вченою радою ЗУІ

Протокол №_3_ від «27» квітня 2021 р.

Голова Вченої ради ЗУІ



С.С. Черничко

ПОЛОЖЕННЯ Медіацентру ім. «Ракоці»

Берегово, 2021

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

- 1.1. Медіацентр ім. «Ракоці» (Далі – Медіацентр) без права юридичної особи. Повна назва українською мовою – Медіацентр ім. «Ракоці». Скорочена назва – Медіацентр.
- 1.2. Головною метою діяльності є: створення та розвиток іміджу коледжу, здійснення рекламної та інформаційної діяльності, маркетингових та управлінських завдань.
- 1.3. У своїй діяльності Медіацентр керується чинним законодавством України, загальнодержавною та внутрішньо нормативною базою, даним Положенням, наказами та розпорядженнями Закарпатського угорського інституту ім. Ференца Ракоці II (Далі – Інститут).
- 1.4. Медіацентр співпрацює з органами студентського самоврядування, профспілковими комітетами, структурними підрозділами інституту, а також з пресовими органами міста та області, іншими установами.

2. СТРУКТУРА ТА УПРАВЛІННЯ

- 2.1. Відповідальним за Медіацентр є керівник, призначений наказом ректора.
- 2.2. Структура та штат Медіацентр визначається штатним розписом.
- 2.3. Керівник організовує всю роботу Медіацентр і відповідає за результативність його діяльності.
- 2.4. Співробітники Медіацентр призначаються і звільняються з посади наказом ректора.
- 2.5. Обов'язки співробітників Медіацентру визначаються посадовими інструкціями, затвердженими ректором Інституту та функціональними обов'язками, затвердженими проректором Інституту.
- 2.6. Основні напрями культурно-освітньої роботи Медіацентр визначає та затверджує рада дирекції Інституту.
- 2.7. Робота Медіацентру базується на основі принципів наукової організації праці, науково-обґрунтованих норм праці та плану роботи, який розглядає методична рада Інституту та затверджує ректор Інституту.

3. ЗАВДАННЯ ТА ФУНКЦІЇ

- 3.1. Завдання Медіацентру:
 - 3.1.1. Визначення довгострокової стратегії формування іміджу Інституту.
 - 3.1.2. Розробка концепції рекламної діяльності Інституту.
 - 3.1.3. Розвитку та забезпечення Інституту рекламно-інформаційною та іміджевою продукцією.
 - 3.1.4. Управлінський облік маркетингової діяльності.
 - 3.1.5. Здійснення маркетингового аудиту внутрішнього стану організації.
 - 3.1.6. Організація рекламної роботи в Інституті та за його межами.
 - 3.1.7. Написання, коригування та оновлення змісту і дизайну рекламно-інформаційних повідомлень, статей, укладання методичних та довідково-інформаційних розробок (набір, орфографічна і стилістична правка текстів, обробка фотографій, розробка дизайн-проектів, верстка, підготовка оригінал-макетів).

- 3.1.8. Організація виробництва рекламних роликів і фільмів в аудіо- і відеоформатах, розробка ідей і концепції, управління якістю продукції.
- 3.1.9. Спільне управління, концепцій реклам, макетування, підготовка, видання рекламної та іміджевої продукції Інституту, розробка та створення рекламних матеріалів, розміщення їх у ЗМІ.
- 3.1.10. Інформаційний супровід наукових, навчальних та виховних заходів, що відбуваються в Інституті.
- 3.1.11. Здійснення фото- та відеосупроводу заходів Інституту.
- 3.1.12. Інформаційне забезпечення заходів із розвитку, формування і підтримки іміджу Інституту (розміщення інформації у ЗМІ, організація виходу іміджевих матеріалів на ТБ, радіо, в пресі, організація прес-конференцій тощо).
- 3.1.13. Медіацентр виступає як інформаційний центр Приймальної комісії. Забезпечує маркетинг інформаційної служби Інституту.
- 3.1.14. Забезпечення веб-сайту. Формальну та змістову структуру веб-сайтів Медіацентр ім. Ракоці контролює та розробляє разом із керівництвом та персоналом кафедри інституту.
- 3.1.15. Забезпечення роботи студії Інституту.
- 3.2. Функції Медіацентру:
 - 3.2.1. Управління якістю маркетингової діяльності Інституту.
 - 3.2.2. Маркетингові дослідження. Моніторинг рекламної діяльності.
 - 3.2.3. Планування і здійснення маркетингової діяльності. Формування плану маркетингових заходів підрозділів Інституту.
 - 3.2.4. Розробка реклам. Розробка рекламних слоганів.
 - 3.2.5. Виробництво рекламно-інформаційної, іміджевої продукції.
 - 3.2.6. Контроль за якістю примірників рекламної та іміджевої продукції.

4. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ

- 4.1. Права Медіацентру:
 - 4.1.1. Визначати стратегію, основні напрямки розвитку та планування своєї діяльності відповідно до завдань та функцій, визначених Положенням.
 - 4.1.2. Отримувати від структурних підрозділів Університету інформацію (в паперовому чи електронному вигляді), необхідну для вирішення завдань і виконання функцій Відділу, визначених цим Положенням.
 - 4.1.3. Користуватись усіма правами, що викладені в Конституції України, Статуті Інституту, колективному договорі та інших документах.
- 4.2. Обов'язки Медіацентру:
 - 4.2.1. Дотримуватися чинного законодавства та виконувати накази та розпорядження ректора та президента Інституту.
 - 4.2.2. Документообіг. Своєчасно подавати до адміністрації Інституту звіти, плани роботи Медіацентру, своєчасно виконувати планові завдання, прийняті рішення, забезпечувати достовірність звітних показників.
 - 4.2.3. Удосконалювати організацію праці, форми й методи роботи та управління.
 - 4.2.4. Дотримуватися правил охорони праці, техніки безпеки, протипожежної безпеки, санітарних норм згідно чинного законодавства.

5. ФІНАНСУВАННЯ

- 5.1. Фінансування Медіацентру проводиться за рахунок Інституту.

5.2. Інших джерел, що не суперечать чинному законодавству та Статуту Інституту.

6. РЕОРГАНІЗАЦІЯ АБО ЛІКВІДАЦІЯ

6.1. Реорганізація, ліквідація Медіацентру проводиться у порядку, встановленому чинним законодавством та Статутом Інституту.