

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина»

УТВЕРЖДАЮ


И.о. ректора \_\_\_\_\_ С.В. Пупков  
« » \_\_\_\_\_ 2014 г.

ДОКУМЕНТИРОВАННАЯ ПРОЦЕДУРА  
УПРАВЛЕНИЕ РЕКЛАМНО-ИМИДЖЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

СМК-ДП-СП-15.06  
Версия 4.0


Рязань, 2014

<i>Проверил</i>	<i>Начальник ЦМКО</i>	<i>Аджиева Е.М.</i>		
<i>Разработали</i>	<i>Руководитель пресс-службы</i>	<i>Стерлигова Д.В.</i>		
	<i>Специалист по рекламе</i>	<i>Алешина О.А.</i>	<i>Подпись</i>	<i>Дата</i>

	РГУ имени С.А.Есенина	
	Документированная процедура	
	Управление рекламно-имиджевой деятельностью	
СМК-ДП-ПП-15.06	Версия: 4.0	стр. 2 из 11

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПРОЦЕДУРЫ .....	3
2. НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ .....	3
3. ТЕРМИНЫ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ, СОКРАЩЕНИЯ .....	3
4. ОПИСАНИЕ ПРОЦЕДУРЫ .....	4
5. ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССОМ.....	5
6. МОНИТОРИНГ, ИЗМЕРЕНИЕ И ОЦЕНКА ПРОЦЕССА .....	9
ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ .....	10
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ .....	11

	РГУ имени С.А. Есенина	
	Документированная процедура	
	Управление рекламно-имиджевой деятельностью	
СМК-ДП-ПП-15.06.	Версия: 4.0	Стр. 3 из 11

## 1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПРОЦЕДУРЫ

Цель настоящей процедуры – документально зафиксировать порядок осуществления рекламно-имиджевой деятельности университета.

Настоящая процедура устанавливает общие требования к порядку осуществления рекламно-имиджевой деятельности. Процедура распространяется на сотрудников, ответственных за выполнение деятельности по процессу.

## 2. НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ

– ФЗ № 273 «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 г. (с изменениями).

– Федеральный закон Российской Федерации «О рекламе» № 38 –ФЗ от 13.03.2006 г.

– Федеральный закон от 27.12.1991 г. № 2124-І (ред. от 05.04.2013 г. с изменениями, вступившими в силу с 19.04.2013 г.) «О средствах массовой информации»

– ГОСТ Р 53103-2008 «Деятельность выставочно-ярмарочная».

– Устав РГУ имени С.А. Есенина и иные локальные нормативные документы университета.

– ГОСТ Р ИСО 9001-2011 «Система менеджмента качества. Требования».

## 3. ТЕРМИНЫ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ, СОКРАЩЕНИЯ

### 3.1. Термины, определения

**Образование** – единый целенаправленный процесс воспитания и обучения, являющийся общественно значимым благом и осуществляемый в интересах человека, семьи, общества и государства, а также совокупность приобретаемых знаний, умений, навыков, ценностных установок, опыта деятельности и компетенции определенных объема и сложности в целях интеллектуального, духовно-нравственного, творческого, физического и (или) профессионального развития человека, удовлетворения его образовательных потребностей и интересов.


**Потребитель** – лица и организации заинтересованные в услугах университета.

**Ответственный за процесс** – лицо, назначаемое ректором университета, для проведения деятельности по процессу.

**Результативность** – степень реализации запланированной деятельности и достижения запланированных результатов.

**Процесс** – совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих видов деятельности, преобразующих входы в выходы.

**Заинтересованная сторона** – лицо или группа, заинтересованная в деятельности и успехе организации.

	РГУ имени С.А. Есенина	
	Документированная процедура	
	Управление рекламно-имиджевой деятельностью	
СМК-ДП-ПП-15.06.	Версия: 4.0	Стр. 4 из 11

**Рекламная деятельность** – организация и управление процессом планирования, создания, производства, доведения рекламных сообщений до целевой аудитории и контроль их эффективности.

**Имиджевая деятельность** – деятельность, оказывающая информационное, психологическое, эмоциональное воздействие на потребителя, манипулируя его выбором, влияющая на позитивное мнение окружающих об университете.

**PR (наблик рилейнз)** – продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание положительного имиджа организации и взаимопонимания между организацией и общественностью.

### 3.2. Сокращения

**НИД** – научно-исследовательская деятельность

**СРЗПТ ВР ОУ** – сектора размещения заказов на поставку товаров, выполнение работ, оказание услуг

**ПВРК** – представитель высшего руководства по качеству

**РИД** – рекламно-имиджевая деятельность

**РИК** – рекламная или имиджевая кампания

**СМК** – система менеджмента качества

**ПС** – пресс-служба

**СПО РГК** – служба правового обеспечения и размещения государственных контрактов

**ИКТ** – информационно-коммуникативные технологии

**КД** – корректирующие действия


## 4. ОПИСАНИЕ ПРОЦЕДУРЫ

Осуществление РИД относится к поддерживающим процессам. Входы и выходы процесса, необходимые ресурсы и ограничивающие условия, а также взаимосвязь с другими процессами университета отражены в Книге процессов. Структурные подразделения университета, заинтересованные в рекламировании соответствующих образовательных, научных и других услуг, предоставляют сотрудникам ПС информацию о своей деятельности, которая, после соответствующей обработки размещается на официальном сайте РГУ имени С.А. Есенина и доводит до потребителей.

Процесс управления РИД является инструментом, способствующим развитию университета, увеличению числа потребителей, информированию их об университете и услугах оказываемых им, поддержке имиджа вуза.

В РИД используются различные средства: просветительско-познавательные мероприятия, реклама в прессе, на телевидении, радио, интернете, проведение и участие в различных PR-акциях, формирование фирменного стиля, выпуск сувенирной и печатной продукции и т.д.

Созданию и поддержанию имиджа РГУ имени С.А. Есенина способствует информирование общественности через сайт университета.

	РГУ имени С.А. Есенина	
	Документированная процедура	
	Управление рекламно-имиджевой деятельностью	
СМК-ДП-ПП-15.06.	Версия: 4.0	Стр. 5 из 11

Результаты РИД должны способствовать выполнению плана приема в университет, повышение престижа университета как конкурентно способной организации.

## **5. ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССОМ**

Графическое описание процедуры представлено на рисунке 1.

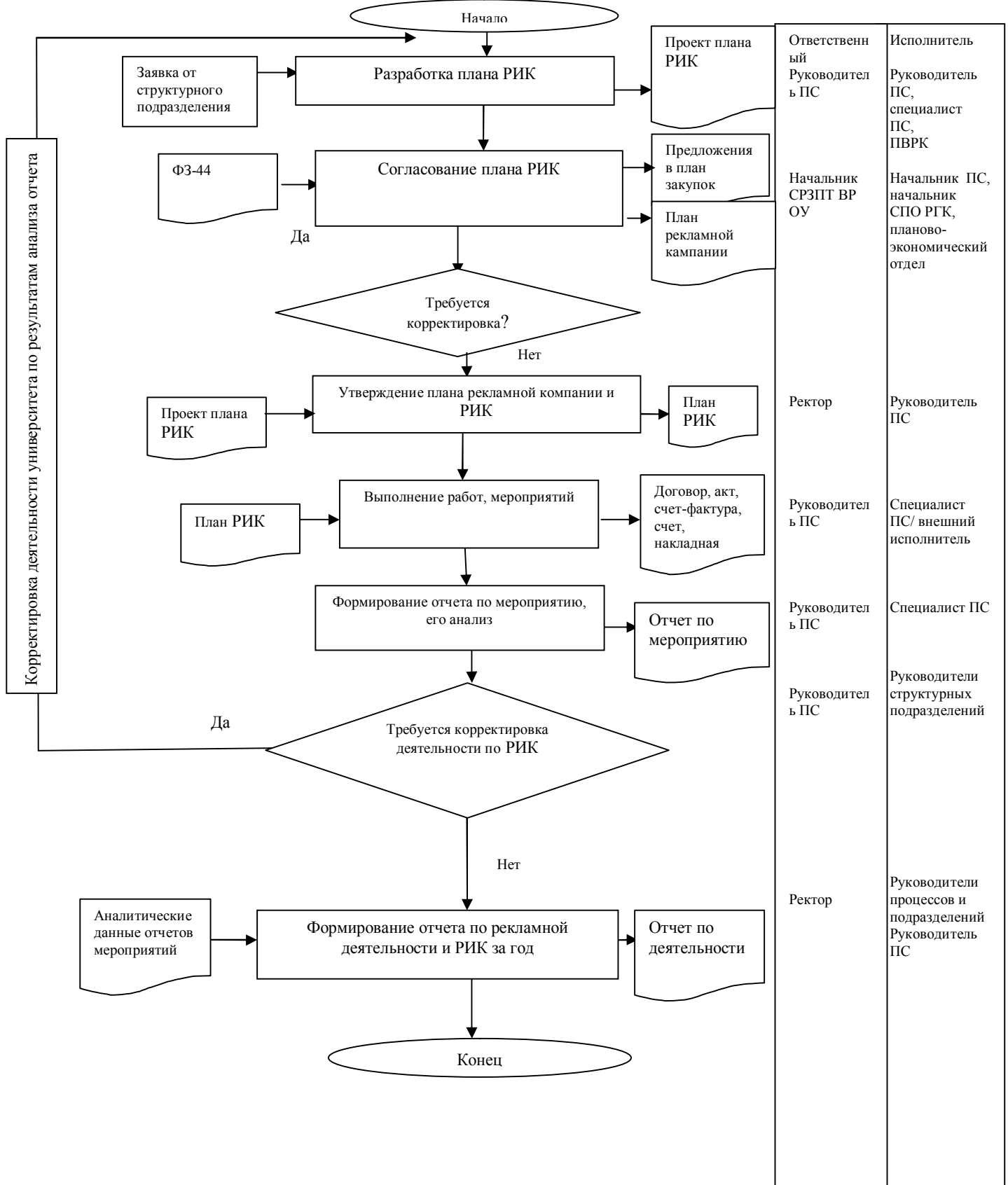
Процесс управления рекламной деятельностью начинается с формулировки цели. В рамках сформулированной цели определяются рекламно-имиджевые мероприятия, которые могли бы способствовать ее выполнению, формируется план РИД. Мероприятия согласовываются с высшим руководством.


При осуществлении РИД к их организации и проведению могут привлекаться внешние исполнители, структурные подразделения вуза, а также проведение работ может осуществляться силами пресс-службы и заинтересованными сотрудниками и структурными подразделениями университета.

По итогам проведения РИД составляется отчет с выводами и рекомендациями, также анализируется выполнение плана приема и роль в его выполнении РИД. Отчет утверждается ректором.

Результаты, представленные в отчете, являются входными данными для анализа со стороны руководства и доводятся до всех заинтересованных лиц.

**Рисунок 1. Управление рекламно-имиджевой деятельностью**

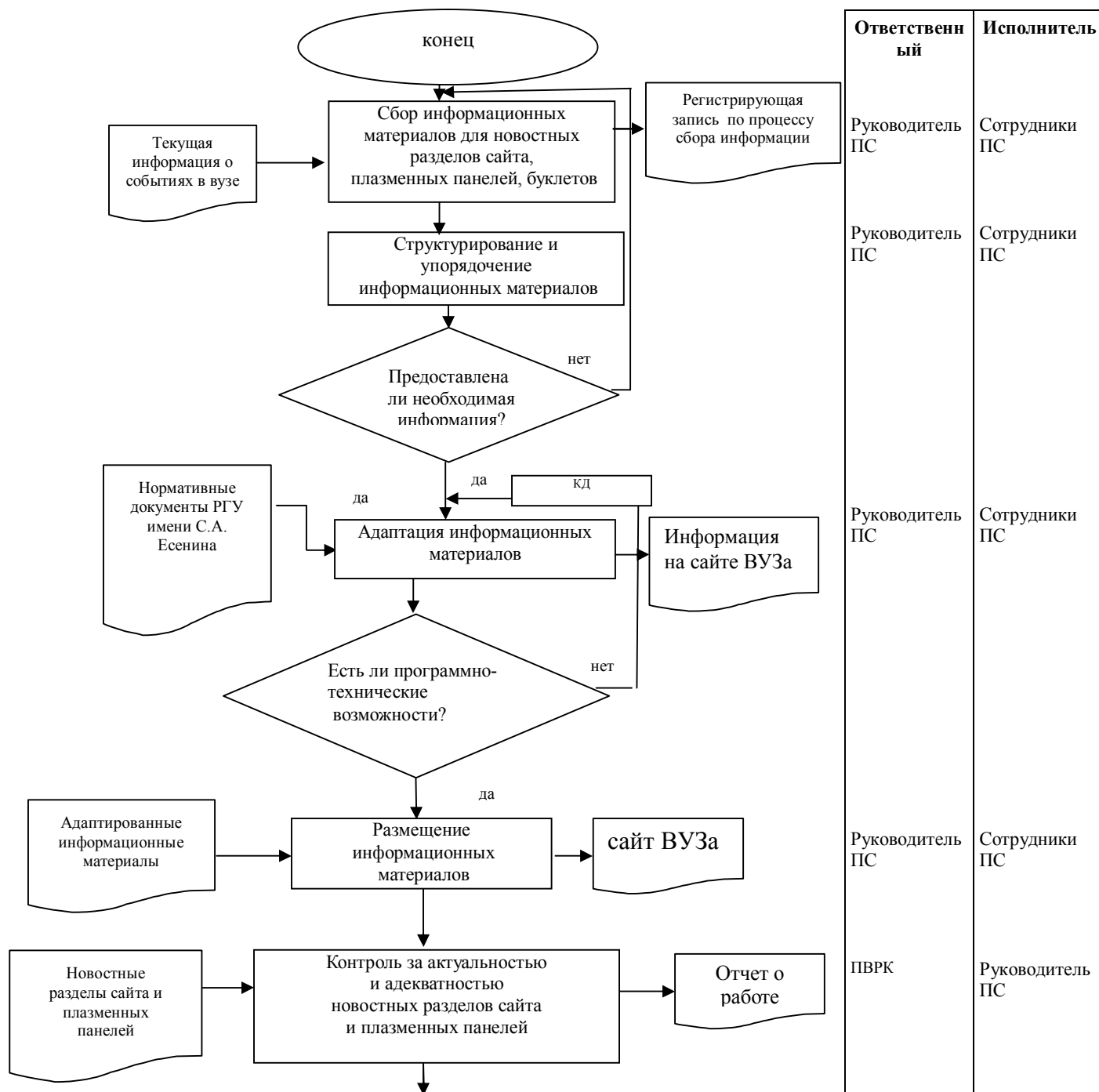


	РГУ имени С.А. Есенина	
	Документированная процедура	
	Управление рекламно-имиджевой деятельностью	
СМК-ДИ-ПШ-15.06.	Версия: 4.0	Стр. 7 из 11


РИД, актуальные вопросы жизнедеятельности университета находят отражение на сайте университета и в других информационных источниках. Информирование осуществляется через информационно-коммуникационные технологии: сайт, информационные табло, стенды, периодические издания и т.п.

Графическое описание процесса представлено на рисунке 2.

Рисунок 2. Обеспечение информирования через информационно-коммуникационные технологии





	РГУ имени С.А. Есенина	
	Документированная процедура	
	Управление рекламно-имиджевой деятельностью	
СМК-ДП-ПП-15.06.	Версия: 4.0	Стр. 9 из 11

## 6. МОНИТОРИНГ, ИЗМЕРЕНИЕ И ОЦЕНКА ПРОЦЕССА


Контроль за организацией процесса «Управление рекламной деятельностью» осуществляет ректор.

Ответственность за проведение мероприятий РИД несет руководитель пресс-службы. Ответственность за эффективное использование результатов РИД несут ПВРК, руководители процессов и подразделений университета.

Оценка результативности процесса управления РИД осуществляется высшим руководством университета. Критериями для оценки процесса могут служить следующие показатели:

- количество проведенных рекламных /профориентационных мероприятий;
- % выполнения плана рекламной кампании и РИД;
- количество структурных подразделений, участвующих в рекламных мероприятиях;
- количество новых форм проведения рекламной деятельности;
- увеличение участников и рейтинга групп в социальной сети vkontakte.ru («Абитуриент РГУ имени С.А. Есенина», «Лингвистический центр», «Институт Конфуция» и др.)
- своевременность обновления и информирование о всех видах деятельности и мероприятиях университета (отсутствие замечаний).



	РГУ имени С.А. Есенина	
	Документированная процедура	
	Управление рекламно-имиджевой деятельностью	
СМК-ДП-ПП-15.06.	Версия: 4.0	Стр. 11 из 11

### ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

Изменение №	Номера листов (стр.)			Всего листов (стр.) в документе	Номер распоряж- дательного документа	Подпись	Дата
	замене- нных	новых	аннули- рованных				
1	2	3	4	5	6	7	8