

შპს „საქართველოს ბანკის სასწავლო უნივერსიტეტის“
რექტორის 2018 წლის „25“ ივნისის N127 ბრძანების
დანართი N10

შპს „საქართველოს ბანკის სასწავლო უნივერსიტეტის“
დამხმარე სტრუქტურული ერთეულის – საზოგადოებასთან ურთიერთობისა
და მარკეტინგის სამსახურის
დებულება

მუხლი 1. ზოგადი დებულებები

1. შპს „საქართველოს ბანკის სასწავლო უნივერსიტეტის“ (ტექსტში შემდგომ – „სასწავლო უნივერსიტეტი“ ან „დაწესებულება“) საზოგადოებასთან ურთიერთობისა და მარკეტინგის სამსახური (ტექსტში შემდგომ – „სამსახური“) წარმოადგენს დაწესებულების დამხმარე სტრუქტურულ ერთეულს.
2. სამსახური თავის საქმიანობაში ხელმძღვანელობს მოქმედი კანონმდებლობით, სასწავლო უნივერსიტეტის წესდებით, წინამდებარე დებულებითა და სასწავლო უნივერსიტეტის სხვა სამართლებრივი აქტებით.
3. სამსახური თავისი უფლებამოსილებისა და საქმიანობის ფარგლებში ანგარიშვალდებულია სასწავლო უნივერსიტეტის რექტორის წინაშე.

მუხლი 2. სამსახურის საქმიანობის სფერო, ძირითადი ამოცანები და ფუნქციები

1. მარკეტინგის მიმართულებით სამსახურის ფუნქციებია:
 - ა) სასწავლო უნივერსიტეტის ბრენდის მართვა და იმიჯზე ზრუნვა;
 - ბ) საკომუნიკაციო კამპანიების დაგეგმვა;
 - გ) საკომუნიკაციო არხების შერჩევა და მედია გეგმაზე მუშაობა;
 - დ) სარეკლამო კომპანიებთან თანამშრომლობა და კრეატიული სამუშაოს ხელმძღვანელობა (სარეკლამო კონცეპციების, სცენარების, სლოგანების, დიზაინისა და სხვა მასალების შემუშავება);
 - ე) საკომუნიკაციო/სარეკლამო ტექსტების შექმნა და სარეკლამო მასალების წარმოების კოორდინირება (როგორც არის ბროშურები, ბუკლეტები, პოსტერები და სხვ.);
 - ვ) მარკეტინგული კვლევების დაგეგმვა და განხორციელება;
 - ზ) სამსახურის ყოველწლიური ბიუჯეტის შედგენა და სამსახურის საქმიანობის რეპორტირება;
 - თ) სასწავლო უნივერსიტეტის ვებგვერდის სტრუქტურისა და შინაარსის მართვაში თანამონაწილეობა სასწავლო უნივერსიტეტის სხვა სტრუქტურულ ერთეულებთან ერთად;
 - ი) მარკეტინგული აქტივობების ბიუჯეტის შედგენა და ხარჯვითი ნაწილის კონტროლი.
2. საზოგადოებასთან ურთიერთობის (პიარის (PR)) მიმართულებით სამსახურის ფუნქციებია:
 - ა) საზოგადოებრივი ურთიერთობების კოორდინაცია;

- ბ) საზოგადოებაში უნივერსიტეტის ცნობადობის ამაღლების მიზნით სხვადასხვა სახის აქტივობების დაგეგმვა და ორგანიზება;
- გ) სასწავლო უნივერსიტეტის სახელით ოფიციალური მიმართვებისა და განცხადებების გამოქვეყნება;
- გ) პიარ-კამპანიების დაგეგმვა, ორგანიზება და მონიტორინგი;
- დ) მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებთან, არასამთავრობო და სხვა საზოგადოებრივ ორგანიზაციებთან სასწავლო უნივერსიტეტის ურთიერთობის უზრუნველყოფა და ხელშეწყობა;
- ე) სასწავლო უნივერსიტეტის სოციალური გვერდ(ებ)ის მართვა/განვითარება, კონტენტის შემუშავება და შესაბამისი მასალების მომზადება/განთავსება;
- ვ) სასწავლო უნივერსიტეტის ვებ-გვერდის მართვა/განვითარება;
- ზ) პრეს-რელიზების, საინფორმაციო წერილების, პიარ-ლიტერატურის შექმნა
- თ) პრესკონფერენციებისა და ბრიფინგების მოწყობა;
- ი) პიარ-ფაილებისა და დოკუმენტების შენახვა;
- კ) ტელე, ბეჭდვითი და ელექტრონული საინფორმაციო საშუალებების მიმოხილვა;
- ლ) პიარ აქტივობების ბიუჯეტის შედგენა და ხარჯვითი ნაწილის კონტროლი.

მუხლი 3. დასკვნითი დებულებები

დებულების გაუქმება, მასში ცვლილებებისა და დამატებების შეტანა ხორციელდება მოქმედი კანონმდებლობით დადგენილი წესით.