

Рассмотрено и одобрено
на заседании методического Совета
ГПОУ «ЧПТК»
Протокол № 6
от « 14 » января 2015 г.



Утверждаю
Директор ГПОУ «ЧПТК»
А.С. Андриенко
» 01 2015 г

ПОЛОЖЕНИЕ о Службе маркетинга ГПОУ «Читинский политехнический колледж»

1. Общие положения

1.1. Служба маркетинга государственного профессионального образовательного учреждения «Читинский политехнический колледж» создана на основании приказа Министерства образования, науки и молодежной политики Забайкальского края от 18.06.2012. № 779 «О создании маркетинговых служб в образовательных учреждениях начального и среднего профессионального образования, подведомственных Минобразования Забайкальского края».

1.2. В своей деятельности Служба маркетинга (далее – Служба) руководствуется законодательством Российской Федерации и Забайкальского края, Уставом ГПОУ «Читинский политехнический колледж» (далее - колледж), Правилами внутреннего распорядка колледжа, решениями Педагогического и Методического советов, приказами директорами колледжа, настоящим Положением.

1.3. Деятельность Службы ориентирована на требования современного рынка образовательных услуг, удовлетворение потребностей общества в образовательных услугах, повышение качества подготовки выпускников, взаимодействие с работодателями.

1.4. Служба осуществляет свою деятельность во взаимодействии со всеми структурными подразделениями колледжа.

1.5. Расходы мероприятий Службы осуществляются за счет общей сметы расходов и внебюджетных средств колледжа.

2. Цели и задачи деятельности Службы маркетинга

2.1. Основной целью деятельности Службы является повышение качества образовательных услуг и востребованности выпускников на региональном рынке.

2.2. Основные задачи Службы:

- систематическое изучение рынка труда и образовательных услуг с целью выявления и эффективного удовлетворения актуальных потребностей;
- выявление потенциальных потребителей услуг колледжа;
- подготовка предложений по открытию новых профессий и специальностей с учетом возможностей колледжа;
- информационное сопровождение процесса взаимодействия колледжа со всеми субъектами образовательной среды;
- продвижение образовательных услуг колледжа с целью повышения имиджа учреждения;
- содействие трудоустройству выпускников.

3. Структура и направления деятельности Службы маркетинга

3.1. Служба организуется, реорганизуется и ликвидируется приказом директора колледжа.

3.2. В состав Службы входят заведующие отделениями, заведующий информационным центром, социальный педагог, педагог-психолог, руководители практики. Общее руководство деятельностью Службы осуществляет руководитель производственно-практического обучения студентов и Службы маркетинга.

3.3. Направления деятельности Службы:

3.3.1. Профориентационная работа:

- формирование связей со средствами массовой информации для достижения конкурентного преимущества колледжа;
 - организация информационно-рекламной деятельности в средствах массовой информации;
 - разработка информационных буклетов, фото- и видео материалов, объявлений рекламного и информационного характера и обеспечение их доведения до целевой аудитории потребителей;
 - организация взаимодействия с общеобразовательными учреждениями;
 - развитие профориентационной работы в школах города и края с привлечением студентов колледжа;
 - участие в выставках «Абитуриенту», «Дне открытых дверей»;
 - участие в ярмарках рабочих мест;
 - информационная поддержка официального Интернет-сайта колледжа;
 - расширение использования Интернет-ресурсов.
- #### 3.3.2. Содействие трудоустройству выпускников:
- мониторинг рынка труда и образовательных услуг;
 - организация и контроль проведения практики обучающихся;
 - развитие системы социального партнерства;

- формирование устойчивых связей со Службой занятости края и города;
- организация встреч выпускников с работодателями и работниками Службы занятости населения;
- организация мероприятий в выпускных группах по вопросам содействия трудоустройству и формированию успешной карьеры;
- организация индивидуальных консультаций по предстоящему трудоустройству;
- создание электронной базы выпускников;
- изучение и анализ требований работодателей к общим и профессиональным компетенциям выпускников;
- мониторинг трудоустройства выпускников и их профессионального роста в течение трех лет после выпуска.

3.3.3. Организация и реализация программ дополнительного профессионального образования.

3.4. Рабочие совещания Службы проводятся по графику и по мере необходимости.

3.5. Решения и предложения Службы доводятся до всех сотрудников колледжа и структурных подразделений.

4. Права и обязанности сотрудников Службы маркетинга

4.1. Сотрудники Службы имеют право:

- участвовать в разработке стратегического планирования колледжа, вносить предложения по расширению перечня образовательных услуг с учетом требований рынка труда;
- координировать и направлять деятельность структурных подразделений колледжа в процессе реализации плана маркетинговой деятельности;
- в случае необходимости по согласованию с директором привлекать к реализации маркетинговых мероприятий сотрудников других подразделений колледжа, создавать временные проектные группы по отдельным маркетинговым вопросам и руководить их работой;

4.2. Сотрудники Службы обязаны:

- эффективно исполнять возложенные на Службу функции;
- нести ответственность за своевременную и качественную реализацию запланированных мероприятий.

4.3. Руководитель Службы обязан:

- определять и представлять на утверждение директору колледжа план работы Службы маркетинга;
- представлять отчет о проведенной работе, при необходимости организовывать публичное обсуждение результатов деятельности Службы;

- принимать оперативные меры по изменению структуры Службы, направлению расходов, плана намеченных мероприятий.

5. Порядок утверждения и изменения настоящего Положения

5.1. Положение о Службе маркетинга, а также изменения и дополнения к нему рассматриваются на Методическом совете и утверждаются приказом директора колледжа.

Исполнил:

руководитель ППОС и СМ Шеханова И.И.