



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И
МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ ЗАБАЙКАЛЬСКОГО КРАЯ
Государственное профессиональное образовательное учреждение
«ЧИТИНСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

СОГЛАСОВАНО
на заседании Совета колледжа
Протокол № 12 от «23» 04 2018 г.



УТВЕРЖДАЮ
Директор ГПОУ «ЧПТК»
И.В. Емельянова
«23» 04 2018 г.

ПОЛОЖЕНИЕ
О СЛУЖБЕ МАРКЕТИНГА
ГОСУДАРСТВЕННОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ
«ЧИТИНСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

Введено в действие приказом № 140 от «23» 04 2018 г.
Редакция 02
Рег. № 29

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 Минобрнауки 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 коллегиальных органов управления колледжа, приказами директора 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. Основной состав службы включает несколько рабочих групп, которые формируются из числа административно – управленческого, учебно-

вспомогательного и педагогического персонала. Рабочие группы осуществляют свою деятельность по направлениям, согласно задачам, определенным в п. 2.2.

3.3. Общее руководство деятельностью службы осуществляет заместитель директора по производственно-практическому обучению и службе маркетинга; в Красночикойском и Петровск-Забайкальском филиалах – заместитель директора по административно-хозяйственной и учебно-производственной работе.

3.4. 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;
- мониторинг трудоустройства выпускников.

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.