

Главное управление образования Курганской области
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«Курганский государственный колледж»

Утверждаю
Директор колледжа

Т.А. Скок

«18» сентября 2013г.

ПОЛОЖЕНИЕ
о маркетинговой службе

РАССМОТРЕНО
на заседании Совета Колледжа
Протокол от «18» сентября 2013г
№ 17

г.Курган
2013г

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение о маркетинговой службе (далее - Положение) определяет цели, задачи, порядок деятельности маркетинговой службы ГБПОУ «Курганский государственный колледж» (далее - Колледж).

1.2. Маркетинговая служба является структурным подразделением многофункционального центра прикладных квалификаций (далее – МФЦПК).

1.3. В своей работе маркетинговая служба руководствуется действующим законодательством, нормативными документами Российской Федерации и Курганской области, Уставом и локальными актами Колледжа. Маркетинговая служба осуществляет свою деятельность в пределах полномочий, представленных настоящим Положением.

2. Цели и задачи маркетинговой службы

2.1. Маркетинговая служба создана с целью продвижения образовательных услуг, оказываемых Колледжем, прогнозирования изменений спроса на рынке образовательных услуг, содействия трудоустройству выпускникам, налаживания и поддержания связей с социальными партнерами и работодателями, рекламной деятельности, формирования корпоративной культуры.

2.2. Задачи:

– проведение маркетинговых исследований, ориентация и адаптация колледжа к требованиям рынка труда и потребительского спроса на образовательные услуги;

– формирование базы данных социальных партнеров, эффективная координация действий факторов внутренней среды в целях удовлетворения потребностей непосредственных и косвенных потребителей образовательных услуг Колледжа;

– проведение рекламно-информационных кампаний с целью продвижения образовательных услуг, организация участия Колледжа в выставочных мероприятиях различного уровня;

– развитие WEB-сайта, обеспечивающего прозрачность деятельности Колледжа, своевременное размещение текущей и перспективной информации на сайте Колледжа;

– мониторинг трудоустройства выпускников Колледжа, анализ внешних и внутренних факторов, выявление текущего потенциала учреждения, неиспользованных возможностей в организации работы по адаптации выпускников на рынке труда.

3. Основные функции и виды деятельности маркетинговой службы

3.1. Для достижения поставленной цели и решения указанных задач маркетинговая служба осуществляет следующие виды деятельности:

– экспертная;

- консультационная;
- маркетинговая.

3.2. Основными направлениями экспертной деятельности является:

- мониторинг рынка образовательных услуг, изучение динамики и специфики спроса на предоставляемые Колледжем образовательные услуги;
- мониторинг потребностей рынка труда в подготовке специалистов среднего звена и профессиональном обучении рабочих кадров;
- изучение содержания труда и требований к персоналу на предприятиях и организациях, анализ трудоустройства выпускников;
- исследование возможностей Колледжа по созданию новых и совершенствованию предоставляемых услуг.

3.3. Содержанием консультационной деятельности является оказание услуг в области профессиональной ориентации и сопровождения профессионального самоопределения. К основным направлениям этой деятельности относятся:

- оказание информационно-консультационных услуг по вопросам реализации основных профессиональных образовательных программ на мероприятиях различного уровня;
- разработка и реализация профориентационных мероприятий для школьников, родителей, взрослого населения различных возрастных групп, потенциальных социальных партнеров;
- обеспечение межведомственного и внутриведомственного сотрудничества по вопросам профориентации;
- организация профконсультирования, проведение профессиональных проб;
- проведение рекламно-информационных кампаний, в том числе размещение информации на сайте Колледжа.

3.4. Маркетинговая деятельность обеспечивает конкурентоспособное положение Колледжа на рынке образовательных услуг с учетом состояния внешней и внутренней среды. Основными направлениями деятельности являются:

- разработка и реализация маркетинговой стратегии Колледжа;
- участие в работе по созданию новых и совершенствованию предоставляемых Колледжем услуг;
- формирование банка данных о социальных партнерах: образовательных учреждениях, предприятиях и организациях;
- установление отношений и заключение договоров о сотрудничестве с работодателями и социальными партнерами, расширение деловых связей, обеспечение выполнения договорных обязательств;
- разработка и участие в совместных с работодателями и социальными партнерами социально-значимых проектах;
- формирование базы данных заявок от предприятий и организаций на трудоустройство выпускников и студентов;
- содействие трудоустройству выпускников путем сотрудничества с

работодателями и социальными партнерами, взаимодействие с Центром занятости в вопросах стажировки и временной занятости выпускников;

- подготовка отчетов по трудоустройству выпускников;
- анализ и предоставление информации в области маркетинговых исследований колледжа;
- развитие WEB-сайта колледжа, своевременное размещение текущей и перспективной информации на сайте;
- изготовление и распространение рекламно-информационной продукции о деятельности Колледжа на предприятиях, организациях, в образовательных учреждениях;
- формирование положительного имиджа Колледжа, участие от имени Колледжа в выставках, рекламных акциях, общественной деятельности.

4. Организация работы маркетинговой службы

4.1. Маркетинговую службу возглавляет руководитель, назначаемый на должность и освобождаемый от нее директором Колледжа.

4.2. Руководитель несет ответственность за выполнением маркетинговой службой возложенных на нее задач, финансовую, плановую и трудовую дисциплину работников, в соответствии с правами и обязанностями, определяемыми законодательством Российской Федерации.

4.3. Руководитель маркетинговой службы в своей деятельности подчиняется заместителю директора по учебно-производственной работе.

4.4. Руководитель осуществляет взаимодействие с другими подразделениями Колледжа по вопросам, решение которых направлено на реализацию части образовательного процесса, относящегося к компетенции маркетинговой службы:

- с заместителем директора по учебно-воспитательной работе:
 - по вопросам обновления перечня и содержания реализуемых основных профессиональных образовательных программ;
 - по вопросам размещения на сайте Колледжа информации, связанной с образовательным процессом;
 - по вопросам организации массовых мероприятий, рекламных акций;
- с методической службой:
 - по вопросам организации семинаров, консультаций, круглых столов, конференций;
 - по вопросам реализации программ экспериментальной и инновационной деятельности;
 - по вопросам применения в деятельности маркетинговой службы новых технологий, форм и методов профориентационной работы;
- с отраслевым ресурсным центром:
 - по вопросам формирования заявок предприятий, организаций на подготовку специалистов среднего звена и профессиональном обучении рабочих кадров;

- по вопросам формирования базы данных предприятий и организаций;
- с бухгалтерией, экономической службой: по вопросам финансово-хозяйственной деятельности;
- с типографией: по вопросам изготовления рекламно-информационной продукции.

5. Организационное и кадровое обеспечение

5.1. Ответственность за организационное и материально-техническое обеспечение маркетинговой службы возлагается на Колледж.

5.2. В организационную структуру маркетинговой службы входит специалист.

5.3. План работы маркетинговой службы включается в общий план работы МФЦПК.

5.4. К деятельности маркетинговой службы привлекаются как сотрудники Колледжа, так и специалисты и руководители предприятий, организаций, представители органов исполнительной власти и другие категории квалифицированных работников в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

6. Финансовое обеспечение

6.1. Финансовое обеспечение маркетинговой службы формируется в рамках финансирования МФЦПК.

6.2. Финансирование маркетинговой службы может осуществляться иными способами, не противоречащими законодательству Российской Федерации и Уставу Колледжа.

6.3. Порядок распределения финансовых средств, полученных в результате деятельности маркетинговой службы, определяется Колледжем.

7. Прекращение деятельности маркетинговой службы

7.1. Маркетинговая служба прекращает свою деятельность в следующих случаях:

- изменение Устава Колледжа, если его новая редакция препятствует выполнению задач, стоящих перед маркетинговой службой;
- ликвидация ГБПОУ «Курганский государственный колледж».

7.2. Прекращение деятельности маркетинговой службы производится на основании приказа директора Колледжа.

8. Внесение изменений (дополнений) в Положение

8.1. Изменения и дополнения к настоящему Положению вносятся на основании приказа директора Колледжа.