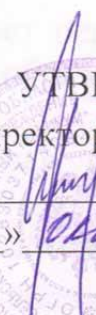


МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА И ПРОДОВОЛЬСТВИЯ
САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ
«КИНЕЛЬ-ЧЕРКАССКИЙ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫЙ ТЕХНИКУМ»

СОГЛАСОВАНО

на заседании Совета Учреждения
Протокол № 1
от « 8 » октября 20 14 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор Учреждения

В.А. Светалкин
от « 8 » октября 20 14 г.



ПОЛОЖЕНИЕ
о маркетинговой службе

РАССМОТРЕНО

на Совете обучающихся
«Импульс»
Протокол № 2
от « 6 » октября 20 14 г.

РАССМОТРЕНО

на Совете родителей
Протокол № 1
от « 7 » октября 20 14 г.

Кинель-Черкассы,
2014 год

1. Общие положения

1.1. В соответствие с требованиями современного рынка образовательных услуг, а также для наиболее полного удовлетворения потребностей общества, коммерческих организаций и частных лиц в образовательных услугах, в государственном бюджетном профессиональном образовательном учреждении Самарской области «Кинель-Черкасский сельскохозяйственный техникум» создана Маркетинговая служба.

1.2. Введение системы маркетинга означает переход на рыночно-ориентированную систему предоставления образовательных услуг техникумом.

1.3. В своей деятельности Маркетинговая служба техникума руководствуется:

- Федеральным законом Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

- Типовым положением об образовательном учреждении среднего профессионального образования (среднем специальном учебном заведении), утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 18 июля 2008г. № 543.

- Уставом ГБПОУ «КЧСХТ».

- Постановлениями правительства РФ.

- Приказами и нормативными документами, локальными актами образовательного учреждения.

- Настоящим Положением.

1.4. Маркетинговая служба является структурным подразделением образовательного учреждения.

1.5. Положение о Маркетинговой службе техникума и ее структура утверждается директором техникума. Состав сотрудников службы формируется исходя из особенностей деятельности образовательного учреждения, а также объема работ, возложенных на службу.

1.6. Права и обязанности сотрудников Маркетинговой службы определяются должностными инструкциями, утвержденными директором ГБПОУ «КЧСХТ».

1.7. В ГБПОУ «КЧСХТ» вводится штатная единица «заместитель директора по маркетинговой службе», в функционал которого входит реализация системы маркетинга.

1.8. Руководитель Маркетинговой службы назначается и освобождается директором техникума.

1.9. Руководитель Маркетинговой службы осуществляет следующие функции:

- руководит деятельностью Службы и несет ответственность за ее работу;

- разрабатывает план и определять порядок работы Службы.

- 1.10. Маркетинговая деятельность в ГБПОУ «КЧСХТ» ведется в соответствии с утвержденным планом работы.
- 1.11 Мониторинг и контроль маркетинговой деятельности осуществляется директором ГБПОУ «КЧСХТ».

2. Цели и задачи маркетинговой службы ГБПОУ «КЧСХТ»

2.1. Главная цель маркетинговой службы техникума - Создание эффективной системы получения маркетинговой информации, принятие на её основе управленческих решений и координация их исполнения для достижения ГБПОУ «КЧСХТ» поставленных целей в рыночных условиях.

2.2. Задачи Маркетинговой службы техникума:

2.2.1. Исследование рынка:

– анализ спроса - потребностей предприятий и организаций в рабочей силе, как открыто заявленной (объявления, заявки в службе занятости), так и скрытой (планы по открытию новых производств, техническому перевооружению);

– анализ конкурентов (наличие аналогичного предложения образовательных услуг в других образовательных учреждениях, оценка сроков, объема и качества выпуска, влияние конкурентов на позиции учреждения);

– анализ прочих внешних факторов: экономическая и социальная обстановка в регионе и стране, появление нормативных и правовых документов, регламентирующих деятельность техникума и т.д.;

– оценка удовлетворенности выпускников и потребителей уровнем подготовки и качеством предоставляемых техникумом образовательных услуг;

– анализ внутренних факторов техникума: выявления текущего потенциала учреждения, неиспользованных возможностей, способов и стоимость их задействования, альтернатив развития и пути их осуществления.

2.2.2. Информирование:

– доведение собранного материала до сведения руководства техникума;

– информирование руководства осуществляется как по мере накопления материала, так и в соответствии с утвержденным планом предоставления отчетности.

2.2.3. Разработка маркетинговой стратегии управления техникумом:

– совместное с руководством техникума определение целей и стратегий развития учреждения профессионального образования;

– разработка совокупности мероприятий для достижения целей программы маркетинга техникума;

– разработка направлений маркетинга и рекламы;

– определение сроков ответственных за отдельные позиции выполнения плана.

3. Структура и организация маркетинговой службы техникума.

3.1. Маркетинговая служба техникума формируется из штатных сотрудников техникума в которую входят: заместитель директора по маркетинговой службе, менеджер по рекламе, специалист по маркетингу. Необходимое содействие в деятельности службы оказывают заместители директора по учебной и воспитательной работе, заместитель по производственному обучению, заведующие отделений, руководители практик, классные руководители, студенты техникума.

3.2. Направления работы Маркетинговой службы техникума.

3.2.1.Создание, пополнение и анализ базы данных о внутренней среде техникума:

- степень удовлетворенности студентов обучением и другими услугами, анализ изменения их потребностей;
- анализ деятельности центра профориентационной работы;
- анализ эффективности проведения отдельных маркетинговых мероприятий.

3.2.2. Профориентационные мероприятия и реклама:

- организация информационно-рекламной деятельности в СМИ;
- взаимодействие с МОУ СОШ;
- организация Дней открытых дверей в техникуме;
- развитие профориентационной работы с выпускниками МОУ СОШ путем выезда специалистов и преподавателей техникума в школы Кинель-Черкасского района и области;
- участие в ярмарках учебных мест;
- использование Интернет-ресурсов в профориентационной работе;

3.2.3.Мероприятия приемной комиссии:

- координирование профориентационной работы;
- прием документов от поступающих в образовательное учреждение;
- проведение вступительных испытаний;
- зачисление в состав студентов лиц, прошедших по конкурсу.

3.2.4.Содействие трудоустройству выпускников:

- организация и координирование работы Службы содействия трудоустройству выпускников (ССТВ);
- оказание информационной помощи в организации практики студентов, предусмотренных учебным планом;
- выявление намерений у выпускников об их будущей занятости;
- создание банка данных для выпускников и работодателей;

- развитие системы социального партнерства;
- организация встреч выпускников с потенциальными работодателями и работниками службы занятости;
- организация классных часов в выпускных группах «Слагаемые успешной карьеры»;
- организация индивидуальных консультаций по предстоящему трудоустройству;
- мониторинг трудоустройства выпускников в течение одного года.

3.2.5. Информационный центр:

- создание условий для использования в учебно-воспитательном процессе новых информационных технологий;
- обеспечение доступа в Интернет;
- обеспечение функционирования и постоянного обновления информации на сайте техникума;
- сбор, систематизация и доведение внешней текущей информации до конкретного потребителя;
- оказание информационно-консультационных услуг по использованию ИКТ;
- обеспечение деятельности медиатеки.

4. Ответственность

4.1. Служба несет ответственность:

- за достоверность предоставленных данных, результатов анализа;
- за организацию качественного и своевременного выполнения информационных и рекламных услуг.

4.2. Всю полноту ответственности за качество и своевременность выполнения возложенных настоящим Положением на службу задач направлений несет заместитель директора по маркетинговой службе.

4.3. Степень ответственности других работников устанавливается в соответствии с должностными инструкциями.

5. Полномочия службы.

5.1. Разрабатывать и реализовывать маркетинговую стратегию учебного заведения.

5.2. Принимать самостоятельные решения и осуществлять действия по вопросам продвижения образовательных услуг ГБПОУ «КЧСХТ» среди потребителей.

5.3. Запрашивать и получать из всех структурных подразделений ГБПОУ «КЧСХТ» оперативную информацию по вопросам компетенции службы.

5.4. Осуществлять связи с другими организациями.

6. Реорганизация и ликвидация службы.

6.1 Деятельность службы может быть прекращена путем реорганизации или ликвидации, которые осуществляются приказом директора ГБПОУ «КЧСХТ» и внесением соответствующих изменений в штатное расписание.