

Министерство сельского хозяйства и продовольствия Самарской области
государственное бюджетное профессиональное образовательное
учреждение Самарской области
«Кинель-Черкасский сельскохозяйственный техникум»

СОГЛАСОВАНО:
На заседании Совета Учреждения
Протокол № 6
«22» октября 20 15 г.

УТВЕРЖДАЮ:
Директор Учреждения
В.А. Светалкин
«22» октября 20 15 г.



**ПОЛОЖЕНИЕ
О ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ И МАРКЕТИНГУ
В УЧРЕЖДЕНИИ**

РАССМОТРЕНО:
на заседании
Совета обучающихся «Импульс»
Протокол № 6
«10» сентября 20 15 г.

РАССМОТРЕНО:
На заседании
Совета родителей
Протокол № 5
«11» сентября 20 15 г.

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение регулирует организацию и содержание деятельности структурного подразделения воспитательная работа и маркетинг в государственном бюджетном профессиональном образовательном учреждении Самарской области «Кинель-Черкасский сельскохозяйственный техникум» (далее – техникум).

1.2. Положение разработано в соответствии с Федеральным Законом РФ «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.12 г. № 273-ФЗ, Типовым Положением об образовательном учреждении среднего профессионального образования, утвержденным Постановлением Правительства Российской Федерации от 18.07.2008 № 543, Уставом Учреждения.

1.3. Настоящее положение согласуется с Советом Учреждения, Советом родителей, Советом обучающихся «Импульс» , и утверждается приказом директора техникума. Изменения и дополнения в положение вносятся в том же порядке.

2. Воспитательная работа

2.1. Цели и задачи воспитательной работы.

2.1.1 **Целью** организации воспитательной работы в техникуме является организация деятельности, направленной на развитие личности, создание условий для самоопределения и социализации обучающихся на основе социокультурных, духовно-нравственных ценностей и принятых в обществе правил, и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства.

2.1.2. Задачи:

- формирование оптимальной социокультурной среды в техникуме (обеспечение единства образовательного и воспитательного процессов в управлении учебно-познавательной деятельности студентов);
- обеспечение занятости обучающихся во внеучебное время;
- создание условий необходимых для:
 - удовлетворения потребностей личности в интеллектуальном, культурном, нравственном и профессиональном развитии обучающихся;
 - воспитания взаимоуважения, патриотизма, правовой культуры, уважения к правам и свободам человека, любви к Родине, окружающей природе, семье;
 - формирования у обучающихся гражданской позиции и трудолюбия, развития ответственности, самостоятельности и творческой активности;
 - обеспечения самоопределения личности, создание условий для её реализации;
 - формирования человека и гражданина, интегрированного в современное ему общество и нацеленного на совершенствование этого общества;

- формирования духовно-нравственной личности;
- формирование у обучающихся качеств компетентного специалиста, воспитание интереса к выбранной профессии, умения работать в команде;
- формирование здорового образа жизни;
- развитие студенческого самоуправления;
- обеспечение участия обучающихся в работе общественных организаций, спортивных и творческих клубах;
- сохранение историко-культурных традиций техникума и преемственности в воспитании студенческой молодежи;
- обеспечение социальной защиты обучающихся.

2.2. Содержание воспитательной работы со студентами.

2.2.1. Воспитательная работа в техникуме строится согласно личностно-деятельностному и системному подходам. В качестве основных направлений воспитательной работы приняты направления:

- Планирование и координация работы всех участников воспитательного процесса.
- Организация гражданского, патриотического и семейного воспитания студентов.
- Организация работы по формированию культуры поведения, эстетики, норм этикета.
- Организация работы по профилактике правонарушений, наркомании и ВИЧ-инфекции среди студентов.
- Организация деятельности с обучающимися категории «группа риска».
- Изучение проблем студенчества и организация психологической поддержки, консультационной помощи.
- Организация научно-исследовательской работы студентов во внеучебное время.
- Проведение культурно-массовых, физкультурно-спортивных, научно-просветительских мероприятий, организация досуга студентов.
- Создание и организация работы творческих, физкультурных и спортивных, научных объединений и коллективов, объединений студентов по интересам.
- Пропаганда физической культуры и здорового образа жизни.
- Содействие работе органов студенческого самоуправления, общественных организаций, клубов и объединений.
- Информационное обеспечение студентов, поддержка и развитие студенческих средств массовой информации.
- Поиск и внедрение новых технологий, форм и методов внеучебной деятельности.
- Развитие материально-технической базы объектов, занятых в организации воспитательной работы.

- Организация взаимодействия с социальными партнерами.
- Создание системы морального и материального стимулирования преподавателей и студентов, активно участвующих в организации внеучебной работы.

2.2.2. Содержание воспитательной работы регламентируют следующие локально-нормативные акты:

1. Положение о воспитательной работе и маркетингу в Учреждении.
2. Положение о классном руководстве.
3. Положение о методических комиссиях классных руководителей.
4. Положение об общежитии Учреждения.
5. Положение о Совете по профилактике правонарушений.
6. Положение о Совете родителей.
7. Положение о родительском комитете.
8. Положение о музее «Память».
9. Положение о символике.
10. Положение о стипендиальном обеспечении и других формах социальной поддержки студентов-сирот и студентов, оставшихся без попечения родителей.
11. Положение о стипендиальном обеспечении и других формах социальной поддержки студентов.
12. Положение о Совете обучающихся «Импульс».
13. Положение о Совете учебной группы.
14. Положение о Совете общежития.
15. Правила поведения обучающихся.
16. Положение о студенческой газете «Резонанс».
17. Положение о кружках и спортивных секциях.
18. Положение о клубе «Акцент».

2.3. Организация воспитательной работы.

2.3.1. Воспитательную работу в техникуме организует заместитель директора по воспитательной работе и маркетингу.

2.3.2. Заместитель директора по воспитательной работе и маркетингу осуществляет свою работу совместно с заместителями директора техникума, заведующими отделов и специальностями, педагогом-организатором, классными руководителями, преподавателями физвоспитания, руководителями кружков, секций, клубов по интересам, мастерами производственного обучения, методической комиссией классных руководителей, преподавателями, воспитателем общежития, заведующей библиотекой, членами студенческого самоуправления и другими работниками техникума.

2.3.3. Этапами управления являются: постановка цели и ее мотивирование; планирование работы; организация деятельности; контроль; оценка и корректировка хода и результатов работы.

2.3.4. Информационное обеспечение управления и организации воспитательной работы в техникуме осуществляется в двух формах – устной (устные распоряжения, обмен мнениями на совещании, выступления и пр.) и письменной (приказы, плановая и отчетная документация, стенные газеты и пр.)

2.3.5. Студенты могут получать интересующую их информацию о воспитательной работе техникума в структурных подразделениях техникума в установленном законом порядке.

2.3.6. Техникум в процессе воспитательной работы взаимодействует с другими общественными и государственными организациями и учреждениями района и области.

2.5. Формы и методы организации воспитательной работы

2.5.1. Работа постоянных объединений субъектов воспитательного процесса Учреждения: педагогический совет, методическая комиссия классных руководителей, Совет родителей, родительские комитеты, Совет обучающихся «Импульс», Совет по профилактике правонарушений, Совет общежития.

2.5.2. Кружковая и поисковая деятельность: Клуб «Акцент», музей «Память».

2.5.3. Творческие объединения: студенческая газета «Резонанс».

2.5.4. Организация и проведение совещаний, планерок, заседаний, конференций.

2.5.5. Реализация целевых воспитательных программ Учреждения.

2.5.6. Участие в региональных, федеральных и международных конкурсах, программах, проектах, фестивалях воспитательной направленности.

2.5.7. Содействие повышению квалификации участников воспитательного процесса (классных руководителей, педагога-организатора, воспитателя общежития и других).

2.5.8. Организация внеаудиторных и спортивно-массовых мероприятий: конкурсов, фестивалей, КВН, смотров-конкурсов творчества студентов, спартакиад.

2.6. Критерии оценки воспитательной работы

2.6.1. В конце текущего учебного года классные руководители, педагог-организатор, руководители физвоспитания, руководители кружков, секций, клубов по интересам, воспитатель общежития сдают заместителю директора по воспитательной работе и маркетингу отчеты по итогам воспитательной работы.

2.6.2. Оценка результатов воспитательной работы осуществляется с помощью анализа итоговых результатов за учебный год (в сравнении с предыдущим периодом) по следующим критериям:

- успеваемость;
- посещаемость;
- участие в работе кружков;
- успехи и достижения студентов в различных видах внеучебной воспитательной деятельности;
- количество обучающихся состоящих на учете;
- мониторинг:
 - уровень воспитанности студентов;
 - уровень творческой активности;
 - уровень развития самоуправления;
 - удовлетворенность студентов жизнедеятельностью техникума;
 - удовлетворенность родителей жизнедеятельностью техникума.

2.8. Материальное обеспечение воспитательной работы в техникуме

2.8.1. Материальное обеспечение воспитательной работы в техникуме складывается из бюджетных и внебюджетных средств.

2.8.2. Формы материального стимулирования воспитательной работы студентов отражены в Положении о назначении и выплате стипендий и других формах социальной поддержки студентов.

2.8.3. Поощрение преподавателей и других сотрудников осуществляется на основании представлений руководителей структурных подразделений.

3. Маркетинговая деятельность.

3.1. Цели и задачи маркетинговой деятельности техникума

3.1.1. Основной **целью** маркетинговой деятельности является создание эффективной системы получения маркетинговой информации, принятие на её основе управленческих решений и координация их исполнения, направленных на изучение и учет спроса рынков труда и образования с целью подготовки конкурентоспособного специалиста.

3.1.2. Основными **задачами** маркетинговой деятельности являются:

- согласование возможностей оказания образовательных услуг Учреждения с потребностями общества;

- максимальное, оперативное и качественное удовлетворение запросов потребителей образовательных услуг;
- прогнозирование изменений спроса на рынке образовательных услуг и управление предложением образовательных услуг в соответствии с рыночной конъюнктурой.

3.2. Основные направления и содержание маркетинговой деятельности.

3.2.1. Основными направлениями маркетинговой деятельности являются:

- маркетинговые исследования;
- профорientация и реклама.

3.2.2. Содержание маркетинговых исследований (аналитическая деятельность):

- изучение рынка образовательных услуг;
- изучение возможных потребителей образовательных услуг;
- изучение внутренней среды Учреждения;
- прогнозирование спроса на образовательные услуги;
- анализ конкурентов (наличие аналогичных образовательных услуг в других образовательных учреждениях, влияние конкурентов на позиции Учреждения);
- анализ прочих внешних факторов: экономическая и социальная обстановка в регионе и стране, появление нормативных и правовых документов, регламентирующих маркетинговую деятельность;
- анализ требований абитуриентов к образовательной услуге;
- доведение собранного материала до сведения руководства техникума;
- разработка маркетинговой стратегии управления техникумом (совместное с руководством техникума определение целей и стратегий развития учреждения профессионального образования; разработка совокупности мероприятий для достижения целей техникума);

3.2.3. Содержание профорientационной и рекламной деятельности:

- организация информационно-рекламной деятельности в СМИ;
- участие в проведении Дней открытых дверей в Учреждении;
- проведение профорientационной работы с выпускниками общеобразовательных учреждений путем выезда студентов и преподавателей в школы;
- участие в Ярмарках учебных мест;
- формирование и организация деятельности агитбригады из числа обучающихся в Учреждении;
- использование Интернет-ресурсов в профорientационной работе;
- активное продвижение образовательных услуг на рынке труда, показ ее достоинств и преимуществ; прямые контакты с потребителем;
- Создание положительного привлекательного образа техникума, предоставляемых образовательных услуг и работников техникума в глазах потребителей.

3.2.4. Деятельность заместителя директора по воспитательной работе и маркетингу строится на взаимодействии с заместителем директора по учебно –

производственному обучению и начальником отдела практики и трудоустройства в решении вопросов по маркетингу в рамках должностной инструкции.

Необходимое содействие в маркетинговой деятельности оказывают заместители директора по учебно-методической работе и хозяйственной работе, заведующие специальностями, руководители практик, классные руководители, студенты техникума.

3.3. Организация маркетинговой деятельности

3.3.1. К маркетинговой деятельности привлекаются лица, работающие на постоянной основе в Учреждении.

3.3.2. Список лиц, привлекаемых для осуществления маркетинговой деятельности (конкретного мероприятия), составляется ответственным лицом и утверждается директором Учреждения.

3.3.3. Маркетинговая деятельность осуществляется в соответствии с планом работы, утвержденным директором Учреждения. Порядок и форма разработки плана произвольные. План служит руководством для персонала, занятого в маркетинговых мероприятиях Учреждения.

3.3.4. Мониторинг и контроль маркетинговой деятельности осуществляется директором Учреждения.

3.4. Полномочия лиц, осуществляющих маркетинговую деятельность.

3.4.1. Разрабатывать и реализовывать маркетинговую стратегию учебного заведения.

3.4.2. Принимать самостоятельные решения и осуществлять действия по вопросам продвижения образовательных услуг Учреждения среди потребителей.

3.4.3. Запрашивать и получать из всех структурных подразделений Учреждения оперативную информацию по соответствующим вопросам.

3.4.4. Осуществлять связи с другими организациями.

3.5. Ответственность.

3.5.1. Лица, занятые осуществлением маркетинговой деятельности несут ответственность:

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

3.5.2. Всю полноту ответственности за качество и своевременность выполнения возложенных настоящим положением задач, направлений несет заместитель директора по воспитательной работе и маркетингу.