

УТВЕРЖДАЮ

Директор ГПОУ

«Забайкальский горный колледж  
имени М.И. Агошкова»



Н.В. Зыков

02

2015 г.

Принято на Совете Учреждения

02

2015 г.,

протокол № 30

## ПОЛОЖЕНИЕ

о маркетинговой службе Государственного  
профессионального образовательного учреждения  
«Забайкальский горный колледж имени М.И. Агошкова»

Чита  
2015

## 1. Общие положения

1.1. Настоящее положение разработано в соответствии со следующими законодательными и нормативными актами:

- Федеральным Законом «Об образовании в Российской Федерации» №273 ФЗ от 29.12.2012 г.;

- приказом Министерства образования, науки и молодежной политики Забайкальского края от 18 июня 2012 года №779 «О создании маркетинговых служб в образовательных учреждениях начального и среднего профессионального образования, подведомственных Минобразования Забайкальского края»;

- примерным Положением о маркетинговой службе образовательного учреждения, утвержденным распоряжением Министерства образования, науки и молодежной политики Забайкальского края от 28 августа 2012 года №186 «О согласовании примерного Положения о маркетинговой службе образовательного учреждения»;

- иными нормативно-правовыми документами Российской Федерации и Забайкальского края, регулирующими деятельность образовательных учреждений;

- Уставом и локальными актами Учреждения.

1.2. Настоящее Положение регламентирует деятельность маркетинговой службы Государственного профессионального образовательного учреждения «Забайкальский горный колледж имени М.И. Агошкова» (далее - Учреждение).

1.3. Маркетинговая служба осуществляет свою деятельность в соответствии с законодательством Российской Федерации и Забайкальского края, приказами директора Учреждения и настоящим Положением.

1.4. Деятельность маркетинговой службы ориентирована на требования современного рынка образовательных услуг, удовлетворение потребности общества в образовательных услугах, повышение качества подготовки выпускников Учреждения, взаимодействие с работодателями.

1.5. Расходы на проведение мероприятий маркетинговой службы осуществляются за счет средств бюджета Забайкальского края и внебюджетных средств Учреждения.

## 2. Цели и задачи маркетинговой службы

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

2.2. Основными задачами маркетинговой службы являются:

- систематическое изучение, анализ и оценка рынка труда и образовательных услуг;

- подготовка предложений по формированию направлений подготовки и переподготовки рабочих кадров и специалистов, в том числе по открытию

новых профессий и специальностей;

- информационное сопровождение процесса взаимодействия Учреждения со всеми субъектами образовательной среды;
- разработка программ профессиональной ориентации молодежи, способствующих формированию у них навыков активного поведения на рынке труда;
- содействие трудоустройству выпускников Учреждения.

### 3. Структура и организация маркетинговой службы

3.1. Маркетинговая служба организуется, реорганизуется и ликвидируется приказом директора Учреждения.

3.2. В состав маркетинговой службы могут входить: заместитель директора по учебной работе, заместитель директора по воспитательной работе, заведующие отделениями, заведующие кафедрами, председатель цикловой комиссии, социальные педагоги, начальник центра профессиональной квалификации «Инновационный учебный научно-производственный центр», ответственный секретарь приемной комиссии, другие работники, назначаемые приказом директором Учреждения (руководители практики, кураторы, педагог-психолог и др.).

3.3. Общее руководство, координацию и контроль над деятельностью маркетинговой службы осуществляет заместитель директора по учебной работе. Заместителем руководителя (ответственным исполнителем работ) назначается один из заведующих отделением или один из членов маркетинговой службы.

3.4. Направления работы маркетинговой службы:

3.4.1. Профориентационные мероприятия:

- организация информационно-рекламной деятельности в СМИ;
- организация взаимодействия с общеобразовательными учреждениями города Чита и Забайкальского края;
- организация Дней открытых дверей;
- развитие профориентационной работы с выпускниками общеобразовательных учреждений;
- участие в ярмарках учебных мест;
- формирование и организация деятельности студенческой агитбригады;
- расширение использования Интернет-ресурсов.

3.4.2. Мероприятия приемной комиссии:

- прием документов от поступающих в Учреждение;
- проведение вступительных испытаний;
- зачисление в состав студентов лиц, подавших заявление для поступления и (или) прошедших по конкурсу.

3.4.3. Содействие трудоустройству выпускников:

- организация и координирование работы по трудоустройству выпускников;

- организация практики обучающихся;
- развитие системы социального партнерства;
- организация встреч выпускников с потенциальными работодателями и работниками службы занятости;
- организация мероприятий в выпускных группах по вопросам формирования успешной карьеры и организация индивидуальных консультаций по предстоящему трудоустройству;
- мониторинг трудоустройства выпускников и их профессионального роста в течение трех лет после выпуска.

3.4.4. Организация и реализация программ дополнительного профессионального образования.

3.4.5. Создание, пополнение и анализ базы данных о внутренней среде Учреждения:

- степень удовлетворенности обучающихся обучением и оказываемыми дополнительными образовательными услугами, предоставляемыми Учреждением, анализ изменения их потребностей;
- обеспечение рекламной компании о деятельности Учреждения в различных направлениях с целью поднятия имиджа Учреждения;
- эффективность проведения профориентационных мероприятий.

3.5. Заседания маркетинговой службы проводятся ежемесячно и по мере необходимости.

3.6. Решения Службы доводятся до всех сотрудников Учреждения и его структурных подразделений.

#### **4. Права и обязанности руководителя маркетинговой службы**

4.1. Руководитель маркетинговой службы имеет право:

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

4.2. Руководитель маркетинговой службы обязан:

- определять и представлять на утверждение директору Учреждения план маркетинговой деятельности;
- отвечать за своевременную и качественную реализацию запланированных мероприятий;

- представлять отчет о проведенной работе, при необходимости организовать публичное обсуждение результатов деятельности маркетинговой службы;

- принимать оперативные меры по изменению структуры маркетинговой службы и плана намеченных мероприятий;

- повышать компетентность сотрудников Учреждения в области маркетинга, в случае необходимости организовывать и проводить заседания, планерки, лекционные, практические занятия и другие формы повышения квалификации.

Заместитель директора по ЭР

Т.М. Давыдкина

Юрисконсульт

А.В. Герасимова

Согласовано:

Заместитель директора по УР

Т.И. Ефименко