

ПРИНЯТО  
Управляющим советом ГБПОУ КК УСПК  
от 12 января 2016г. Протокол № 5

УТВЕРЖДАЮ  
Директор ГБПОУ КК УСПК  
*А. А. Филоновский*  
А. А. Филоновский  
от 12 января 2016 г. Приказ № 2/30-п



## ПОЛОЖЕНИЕ О МАРКЕТИНГОВОЙ СЛУЖБЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ «УСТЬ-ЛАБИНСКИЙ СОЦИАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

### 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящее положение о маркетинговой службе государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения Краснодарского края «Усть-Лабинский социально-педагогический колледж» (далее – Положение) регламентирует деятельность маркетинговой службы (далее – Служба), являющейся структурным подразделением государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения Краснодарского края «Усть-Лабинский социально-педагогический колледж» (далее – Колледж).

1.2. Настоящее Положение разработано на основании следующих законов, нормативно-правовых актов РФ, локальных документов Колледжа:

- Конституция Российской Федерации;
- Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ « Об образовании в Российской Федерации»;
- Закона Краснодарского края от 16 июля 2013 г. № 2770-КЗ « Об образовании в Краснодарском крае»;
- Устава Колледжа;
- правил внутреннего распорядка Колледжа;
- решений Педагогического, Методического и Управляющего советов Колледжа;
- приказов и распоряжений директора Колледжа.

## **2. ЦЕЛИ СЛУЖБЫ**

- 2.1. Создание эффективной системы получения маркетинговой информации, принятие на ее основе управленческих решений и координация их исполнения для достижения Колледжем поставленных целей;
- 2.2. Изучение и прогнозирование спроса на рынке образовательных услуг;
- 2.3. Продвижение образовательных услуг Колледжа на рынке региона;
- 2.4. Формирование информационной базы для выбора направлений подготовки и переподготовки специалистов, в том числе при открытии новых специальностей;
- 2.5. Разработка программ профессиональной ориентации молодежи, способствующих формированию у них навыков активного поведения на рынке труда;
- 2.6. Повышение экономической эффективности услуг, оказываемых Колледжем;
- 2.7. Формирование благоприятного общественного мнения у потенциальных потребителей образовательных услуг;
- 2.8. Создание системы управления ассортиментом образовательных услуг Колледжа;
- 2.9. Организация сотрудничества с муниципальными образовательными учреждениями близлежащих муниципальных образований края;
- 2.10. Развитие социального партнерства;
- 2.11. Информационное сопровождение процесса взаимодействия Колледжа со всеми субъектами образовательной среды;
- 2.12. Информационное обеспечение работы приемной комиссии;
- 2.13. Организация и проведение профориентационной работы среди учащихся школ и молодежи.

## **3. ЗАДАЧИ СЛУЖБЫ**

- 3.1. Исследование потребностей учащихся выпускных классов образовательных учреждений и их родителей в образовательных услугах;
- 3.2. Подготовка предложений по модернизации образовательной деятельности и расширению ассортимента услуг с учетом интересов социально-культурной сферы, работодателей и потенциальных студентов;
- 3.3. Реализация основных и дополнительных образовательных услуг для населения города, муниципального образования, в том числе пенсионного возраста, и студентов Колледжа;
- 3.4. Подготовка предложений по расширению спектра образовательных услуг;
- 3.5. Информационное обеспечение работы приемной комиссии;
- 3.6. Осуществление рекламных проектов, связанных с пропагандой Колледжа и формированием имиджа образовательного учреждения;

3.7. Осуществление издательской деятельности: выпуск газеты Колледжа, создание информационной базы для рекламных и информационных статей о Колледже, издание различных методических пособий для преподавателей, студентов Колледжа и поступающих, создание рекламных видеороликов о направлениях подготовки специалистов;

3.8. Создание информационной базы для рекламных и информационных статей о Колледже и других мероприятий по осуществлению маркетинговых коммуникаций;

3.9. Усовершенствование маркетинговых исследований по определению занятости молодежи и их потребности в образовании.

3.10. Мониторинг эффективности проводимых маркетинговых мероприятий и разработка рекомендаций по усовершенствованию маркетинговой деятельности в Колледже.

#### **4. ФУНКЦИИ СЛУЖБЫ**

4.1. Проведение маркетинговых исследований;

4.2. Издательская деятельность;

4.3. Рекламная деятельность;

4.4. Профориентационная деятельность;

4.5. Реализация приемной компании;

4.6. Содействие трудоустройству выпускников Колледжа.

#### **5. НАПРАВЛЕНИЯ РАБОТЫ**

5.1. Профориентационные мероприятия:

5.1.1. Организация информационно-рекламной деятельности в СМИ;

5.1.2. Разработка информационных буклетов, афиш, фото- и видеоматериалов, объявлений рекламного и информационного характера и обеспечение их доведения до целевой аудитории потребителей образовательных услуг;

5.1.3. Подготовка рекламных объявлений для образовательных каталогов, изданий периодической печати, других средств массовой информации;

5.1.4. Взаимодействие со школами муниципального образования Усть-Лабинский район совместно с заместителем директора по УПР: организация прохождения студентами всех видов практики, создание профклассов на базе школ, реализация программы «Школа нового поколения», проектная деятельность, реализация программы «Робототехника»;

5.1.5. Развитие профориентационной работы с выпускниками школ муниципального образования Усть-Лабинский район и школами близлежащих районов путем выезда студентов и преподавателей в школы города, района и края;

5.1.6. Организация Дней открытых дверей в Колледже;

5.1.7. Организация и проведение мероприятий, направленных на информирование и привлечение целевой аудитории;

5.1.8. Участие в ярмарках учебных и рабочих мест;

5.1.9. Формирование и организация деятельности студенческой агитбригады под руководством преподавателей;

5.1.10. Расширение использования Интернет-ресурсов;

5.1.11. Информационная поддержка официального Интернет-сайта колледжа;

5.1.12. Информационная поддержка на портале Карьера (<http://portal.career23.ru/>);

5.1.13. Организация участия колледжа в специальных мероприятиях, направленных на достижение конкурентного преимущества, формирование положительного имиджа Колледжа, привлечение потенциальных абитуриентов и партнеров.

5.2. Содействие трудоустройству выпускников:

5.2.1. Организация и координирование работы Центра содействия трудоустройству выпускников (ЦСТВ) Колледжа;

5.2.2. Анкетирование студентов на предмет продолжения обучения высшей школы и получения первого рабочего места;

5.2.3. Создание базы данных для выпускников и работодателей;

5.2.4. Развитие системы социального партнерства;

5.2.5. Организация встреч выпускников с потенциальными работодателями и работниками службы занятости;

5.2.6. Организация групповых и индивидуальных консультаций по вопросам трудоустройства;

5.2.7. Организация и координирование работы на сайте Колледжа в разделе Содействие трудоустройству выпускников Колледжа, а также на подразделе АИСТ;

5.2.8. Организация и координирование работы на портале Карьера (<http://portal.career23.ru/>);

5.2.9. Мониторинг трудоустройства выпускников:

5.2.9.1. Составление прогноза трудоустройства выпускников Колледжа;

5.2.9.2. Помощь выпускнику в планировании своих достижений, по средствам индивидуального перспективного плана профессионального развития выпускника, с целью адаптации на первом рабочем месте;

5.2.9.3. Направление студентов на преддипломную практику в соответствии с заявками работодателей и заключенными договорами;

5.2.9.4. Оценка собственных ожиданий выпускников по окончании преддипломной практики;

5.2.9.5. Осуществление анализа трудоустройства путем опроса выпускников и предоставления документов, подтверждающих их занятость по окончании Колледжа;

5.2.9.6. Вручение уведомления о трудоустройстве выпускника при получении диплома, которое подлежит возврату в центр содействия

трудоустройству выпускников Колледжа или самим выпускником, или отделом кадров предприятия, в котором он трудоустроился;

5.2.9.7. Формирование центром содействия трудоустройству выпускников Колледжа банка данных о выпускниках;

5.2.9.8. Методическое и психологическое сопровождение выпускников на первом рабочем месте в течение трех лет после окончания Колледжа;

5.2.9.9. Определение уровня адаптации молодого специалиста на первом рабочем месте проводится в форме социологических опросов.

5.3. Мероприятия приемной компании:

5.3.1. Подготовка предложений по контрольным цифрам приема;

5.3.2. Подготовка необходимой документации, а также информационных материалов для работы приемной комиссии;

5.3.3. Координирование профориентационной работы;

5.3.4. Прием документов абитуриентов в образовательное учреждение на основании Положения о приемной комиссии и Правил приема в Колледж;

5.3.5. Проведение вступительных испытаний;

5.3.6. Зачисление в состав студентов лиц, прошедших конкурсный отбор.

5.4. Маркетинговые исследования:

5.4.1. Создание, пополнение и анализ базы данных о внутренней среде Колледжа:

5.4.1.1. Степень удовлетворенности студентов обучением и другими услугами, анализ изменения их потребностей;

5.4.1.2. Анализ деятельности профориентационной компании;

5.4.1.3. Обеспечение рекламной компании о деятельности Колледжа в различных направлениях с целью повышения имиджа Колледжа;

5.4.1.4. Анализ эффективности проведения отдельных маркетинговых мероприятий.

5.4.2. Разработка маркетинговой стратегии управления Колледжем:

5.4.2.1. Совместное с руководством Колледжа определение целей и стратегий развития учреждения профессионального образования;

5.4.2.2. Составление пакета альтернативных стратегий развития Колледжа;

5.4.2.3. Предоставление разработанного пакета руководству Колледжа;

5.4.2.4. На основе принятых в результате обсуждения с руководством решений вырабатывается стратегия развития учреждения, составляется дерево локальных стратегий, разрабатывается план их воплощения;

5.4.2.5. Разработка совокупности мероприятий для достижения целей программы маркетинга Колледжа;

5.4.2.6. Разработка направлений маркетинга и рекламы;

5.4.2.7. Определение сроков ответственных за отдельные позиции выполнения плана.

5.4.3. Обеспечение взаимодействия между потребителем и Колледжем для достижения поставленных целей и решения задач.

## **6. СТРУКТУРА И ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЛУЖБЫ**

6.1. Служба создается на базе учебно-производственной работы Колледжа, является ее структурным подразделением и подчиняется заместителю директора по учебно-производственной работе.

6.2. Положение о Службе и ее структура утверждается директором Колледжа.

6.3. Руководитель Службы назначается и освобождается приказом директором Колледжа.

6.4. Руководитель Службы в своей деятельности руководствуется действующим законодательством РФ, Уставом Колледжа, Нормативными документами, приказами и распоряжениями директора Колледжа и настоящим Положением.

6.5. Общее руководство, координацию и контроль деятельности Службы осуществляет заместитель директора по учебно-производственной работе Колледжа.

6.6. Служба Колледжа формируется из заведующих отделениями, методистов, руководителей практики, классных руководителей, преподавателей, педагога-психолога и студентов.

6.7. В состав Службы входят приемная комиссия и центр содействия трудоустройства выпускников Колледжа.

6.8. Служба имеет право дополнительно привлекать для участия в мероприятиях сотрудников Колледжа и заинтересованных лиц, а также создавать рабочие группы для решения конкретных задач. Руководство и координацию деятельности таких групп осуществляет руководитель Службы.

6.9. Заседания Службы проводятся ежеквартально и по мере необходимости.

6.10. Решения Службы доводятся до сведения всех сотрудников Колледжа и структурных подразделений на заседании Педагогического, Методического и Управляющего советов, а также размещаются на сайте Колледжа.

6.11. Руководитель Службы составляет ежегодный план работы, отчитывается о результатах его выполнения на Педагогическом совете Колледжа.

## **7. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ СОТРУДНИКОВ МАРКЕТИНГОВОЙ СЛУЖБЫ**

7.1. Сотрудники Службы колледжа имеют право:

7.1.1. Координировать и направлять деятельность структурных подразделений Колледжа в процессе реализации плана маркетинговой деятельности;

7.1.2. В случае необходимости по согласованию с директором или/и заместителем директора по учебно-производственной работе привлекать к реализации маркетинговых мероприятий сотрудников других подразделений

Колледжа, создавать временные проектные группы по отдельным маркетинговым вопросам и руководить их работой;

7.1.3. Участвовать в составлении маркетингового бюджета, вносить предложения по поводу его объема и структуры расходов.

7.2. Сотрудники Службы обязаны:

7.2.1. Эффективно исполнять возложенные на маркетинговую службу функции;

7.2.2. Определять и представлять на утверждение директору Колледжа план маркетинговой деятельности;

7.2.3. Отвечать за своевременную и качественную реализацию запланированных мероприятий;

7.2.4. Представлять отчет о проведенной работе, при необходимости организовать публичное обсуждение результатов деятельности Службы, выводов, полученных в ходе маркетинговых исследований;

7.2.5. Принимать оперативные меры по изменению структуры Службы, направлению расходов, плана намеченных мероприятий в связи со стоящей перед Колледжем актуальной маркетинговой ситуацией.

## **8. РЕОРГАНИЗАЦИЯ И ЛИКВИДАЦИЯ СЛУЖБЫ**

8.1. Деятельность Службы может быть прекращена путем реорганизации или ликвидации, которые осуществляются приказом директора Колледжа и внесением соответствующих изменений в структуру Колледжа.

Разработчик: Родюкова И.В. , заместитель директора по УПР

Рассылка: зам. дир. по УПР, УР, ЦКО.

Экземпляров: 3 шт.