

ПРИНЯТО  
Управляющим советом  
ГБПОУ КК УСПК  
от 26 апреля 2019г. Протокол № 7

УТВЕРЖДАЮ  
Директор ГБПОУ КК УСПК  
А. А. Филоновский  
от 26 апреля 2019г. Приказ № 57/5-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:

- Конституции Российской Федерации;
- Гражданского кодекса Российской Федерации;
- Федерального закона от 29 декабря 2012 года (ред. от 06.03.2019) № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федерального закона от 27 июля 2006 года (ред. от 18.03.2019) № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»;
- Закона РФ от 19 апреля 1991 года (ред. от 11.12.2018) № 1032-1 «О занятости населения в Российской Федерации»;
- Закона Краснодарского края от 16 июля 2013 года (ред. от 11.03.2019) № 2770-КЗ «Об образовании в Краснодарском крае»;
- Устава Колледжа;
- правил внутреннего распорядка Колледжа;
- приказов и распоряжений директора Колледжа.

## **2. ЦЕЛИ МАРКЕТИНГОВОЙ 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. Организация и координирование работы Центра профессиональной ориентации и содействия трудоустройству выпускников (далее – ЦПОСТВ) Колледжа

2.13. Организация и проведение профориентационной работы среди учащихся школ и молодежи.

2.14. Организация и проведение работы по содействию трудоустройству выпускников.

2.15. Информационное обеспечение работы Приемной комиссии.

## **3. ЗАДАЧИ МАРКЕТИНГОВОЙ 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: 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 трудоустройства выпускников Колледжа, и уровня их адаптации на первом рабочем месте.

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

#### **4. ФУНКЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ СЛУЖБЫ**

4.1. Проведение маркетинговых исследований.

4.2. Издательская деятельность.

4.3. Рекламная деятельность.

4.4. Профориентационная деятельность.

4.5. Реализация Приемной кампании.

4.6. Содействие трудоустройству выпускников Колледжа.

#### **5. НАПРАВЛЕНИЯ РАБОТЫ МАРКЕТИНГОВОЙ СЛУЖБЫ**

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 профильных классов на базе Колледжа, реализация программы «Школа нового поколения», проектная детальность, реализация программы «Робототехника», создание и реализация работы профильных смен и профильного лагеря в летний период на базе Колледжа.

5.1.5. Взаимодействие со школами Краснодарского края и Республики Адыгея по развитию профориентационной работы с выпускниками школ, в том числе путем выезда преподавателей и студентов Колледжа в школы сельской местности, города, района и края.

5.1.6. Организация и проведение Дней открытых дверей в Колледже.

5.1.7. Организация и проведение Ярмарок вакансий учебных и рабочих мест для школьников на базе Колледжа.

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

5.1.9. Участие в ярмарках учебных и рабочих мест центров занятости населения муниципалитетов Краснодарского края.

5.1.10. Формирование и организация деятельности студенческой агитбригады под руководством преподавателей.

5.1.11. Расширение использования Интернет-ресурсов.

5.1.12. Информационная поддержка официального Интернет-сайта колледжа (<http://uspk.kuban.ru/new/>)

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 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. Взаимодействие с работодателями (социальными партнерами).

5.2.6. Организация и проведение Ярмарок вакансий учебных и рабочих мест для выпускников Колледжа.

5.2.7. Взаимодействие с Центрами занятости местного муниципалитета.

5.2.8. Организация встреч выпускников с потенциальными работодателями и работниками службы занятости.

5.2.9. Организация групповых и индивидуальных консультаций по вопросам трудоустройства.

5.2.10. Организация и координирование работы на сайте Колледжа в разделе Содействие трудоустройству выпускников Колледжа.

5.2.11. Мониторинг трудоустройства выпускников:

5.2.11.1. Составление прогноза трудоустройства выпускников Колледжа.

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

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

5.2.11.4. Оценка собственных ожиданий выпускников по окончании преддипломной практики.

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

5.2.11.6. Вручение уведомления о трудоустройстве выпускника при получении диплома, которое подлежит возврату в ЦПОСТВ Колледжа, или самим выпускником, или отделом кадров предприятия, в котором он трудоустроился.

5.2.11.7. Формирование ЦПОСТВ колледжа банка данных о выпускниках.

5.2.11.8. Методическое и психологическое сопровождение выпускников на первом рабочем месте в течение трех лет после окончания колледжа.

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

5.3. Мероприятия Приемной кампании:

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 работы.

5.4.1.3. Обеспечение рекламной кампании 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 МАРКЕТИНГОВОЙ СЛУЖБЫ**

6.1. Маркетинговая служба создается на базе колледжа, является ее структурным подразделением и подчиняется заместителю директора по учебно-производственной работе.

6.2. Положение о маркетинговой службе и ее структура утверждается директором Колледжа.

6.3. Руководитель маркетинговой службы назначается и освобождается приказом директором Колледжа.

6.4. Руководитель маркетинговой службы в своей деятельности руководствуется действующим законодательством РФ, Уставом Колледжа, локально-нормативными документами, приказами и распоряжениями директора Колледжа, а так же настоящим Положением.

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

6.6. Маркетинговой службы колледжа формируется из заведующих отделениями, методистов, руководителей практики, классных руководителей, преподавателей, педагога-психолога и студентов.

6.7. В состав маркетинговой службе входят сотрудники ЦПОСТВ и работники приемной комиссии колледжа.

6.8. Маркетинговая 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. Руководитель маркетинговой службы составляет ежегодный план работы, отчитывается о результатах его выполнения на Педагогическом совете колледжа.

7.

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

8.1. Сотрудники Службы колледжа имеют право:

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

8.1.2. 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.

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

8.2. Сотрудники Службы обязаны:

8.2.1. Эффективно исполнять возложенные на маркетинговую службу функции.

8.2.2. Определять и представлять на утверждение директору Колледжа план маркетинговой деятельности.

8.2.3. Отвечать за своевременную и качественную реализацию запланированных мероприятий.

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

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

## **9. РЕОРГАНИЗАЦИЯ И ЛИКВИДАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ СЛУЖБЫ**

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

Разработчик: Белогдазова Е.Н, заместитель директора по УПР  
Галенко Л.Н., руководитель маркетинговой службы  
Рассылка: зам. дир. по УПР, УР, ЦКО.  
Экземпляров: 3 шт.