

СОГЛАСОВАНО:

на заседании Педагогического совета  
ГБПОУ «Образовательный центр  
с. Камышла»

«17» января 20 14 г.  
М. М. Хисматов

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ГБПОУ  
«Образовательный центр с.  
Камышла»

М. М. Хисматов  
Приказ № от 17.01.2014 г.



## ПОЛОЖЕНИЕ

### О маркетинговой службе ГБПОУ «Образовательный центр с. Камышла»

#### 1. Общие положения

1.1. Маркетинговая служба профессионального образовательного учреждения – это система управления учебным заведением, направленная на изучение и учет спроса рынков труда и образования с целью реализации конкурентоспособного специалиста (по уровню и качеству образования).

1.2. В соответствии с требованиями современного рынка образовательных услуг, а так же для наиболее полного удовлетворения потребностей общества, коммерческих организаций и частных лиц в образовательных услугах, в ГБПОУ «Образовательный центр с. Камышла» создана Маркетинговая служба.

1.3. В маркетинговой деятельности ГБПОУ «Образовательный центр с. Камышла» руководствуется:

- Законом РФ «Об образовании»;
- приказами Министерства образования и науки РФ;
- постановлением правительства РФ;
- законами Самарской области;
- приказами и нормативными документами министерства образования и науки Самарской области;
- Уставом ГБПОУ «Образовательный центр с. Камышла» и настоящим Положением.

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

1.5. Переход к рыночной ориентации осуществляется в рамках социально-этического маркетинга, что означает:

миссия учреждения заключается не в извлечении прибыли, а в наиболее полном оказании обществу образовательных услуг, подготовке конкурентоспособного специалиста и

снижении социально-экономической напряженности, в обществе за счет реализации прав на образование и труд;

ГБПОУ «Образовательный центр с. Камышла» - социально активный агент, являющийся посредником между рынком рабочей силы и рынком рабочих мест.

1.6. Социальная ориентированность означает необходимость тесного сотрудничества с такими системами, как службы трудоустройства кадровые службы предприятий, общественные организации, профсоюзы другие учебные заведения, объединения работодателей, торгово- промышленные палаты и т.д.

1.7. Служба маркетинга является самостоятельным структурным подразделением образовательного учреждения .

1.8. Положение о Маркетинговой службе ГБПОУ «Образовательный центр с. Камышла» утверждается директором образовательного учреждения.

1.9 Руководитель Маркетинговой службы колледжа назначается и освобождается директором ГБПОУ «Образовательный центр с. Камышла»

1.10. Структура и штаты службы утверждаются директором ГБПОУ «Образовательный центр с. Камышла» , исходя из особенностей деятельности образовательного учреждения, а также объема работ, возложенных на службу.

1.11. Права и обязанности сотрудников Маркетинговой службы определяются должностными инструкциями, утвержденными директором.

1.12. В ГБПОУ «Образовательный центр с. Камышла» вводится штатная единица «заместитель директора по маркетингу», в функционал которого входит реализация системы маркетинга.

Руководитель Маркетинговой службы осуществляет следующие функции:  
руководит деятельностью Службы и несет ответственность за её работу;  
разрабатывает план и определять порядок работы Службы.

1.13. В состав маркетинговой службы входят лица, работающие на постоянной основе и привлекаемые к определенным видам деятельности для решения конкретных задач.

1.14. Маркетинговая деятельность в ГБПОУ «Образовательный центр с. Камышла» ведется в соответствии с планом маркетинга. Основу плана маркетинга составляют маркетинговые цели и намечаемые задания. Обязательная и наиболее важная часть плана - аналитический обзор состояния рынков образовательных услуг и труда. В плане маркетинга определяются конкретные задания по каждому направлению деятельности (привлечение потенциальных потребителей, совершенствование образовательных продуктов, сбыт, реклама и т. д.) и составляется общая смета затрат на маркетинг. Порядок и форма разработки плана маркетинга - произвольные. План служит руководством для персонала, занятого в маркетинговых мероприятиях ГБПОУ «Образовательный центр с. Камышла».

1.15. Мониторинг и контроль маркетинговой деятельности осуществляется директором ГБПОУ «Образовательный центр с. Камышла».

2. Цели и задачи маркетинговой деятельности ГБПОУ «Образовательный центр с. Камышла» :

**ЦЕЛЬ:** « Создание эффективной системы получения маркетинговой информации, принятие на её основе управленческих решений и координация их исполнения для достижения ГБПОУ «Образовательный центр с. Камышла» поставленных целей в рыночных условиях».

**ЗАДАЧИ:**

согласование возможностей оказания образовательных услуг ГБПОУ «Образовательный центр с. Камышла» 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;  
оказание содействие трудоустройству выпускников техникума;  
создание условий для использования в учебно-воспитательном процессе новых информационных технологий.

### 3. Основные направления и содержание деятельности маркетинговой службы .

Направления работы Маркетинговой службы :

профориентация и реклама;  
маркетинговые исследования;  
информационно- консультационные услуги;  
содействие трудоустройству выпускников;

#### 3.1. Основные направления профориентационной и рекламной деятельности:

организация информационно-рекламной деятельности в СМИ;  
создание взаимодействия с МОУ СОШ;  
организация Дней открытых дверей в образовательном учреждении;  
развитие профориентационной работы с выпускниками МОУ СОШ путем выезда студентов и преподавателей в школы районов Самарской области;  
участие в ярмарках учебных мест;  
формирование и организация деятельности студенческой агитбригады;  
использование Интернет-ресурсов в профориентационной работе;

#### 3.2. Основные направления маркетинговых исследований: (аналитическая деятельность):

изучение рынков труда и образовательных услуг;  
выявление потребностей в кадрах на уровне региона (изучение потребителей уже имеющихся и потенциальных);  
изучение степени удовлетворенности потребителей;  
изучение возможных участников рыночных отношений (предприятия, покупатели, конкуренты, посредники);  
изучение внутренней среды ГБПОУ «Образовательный центр с. Камышла» ;  
формирование целевых заказов на специалистов;  
прогнозирование спроса на образовательные услуги;  
ориентация образования на запросы рынка труда;  
анализ конкурентов (наличие аналогичных образовательных услуг в ОУ и других образовательных учреждений, влияние конкурентов на позиции учреждения);  
анализ прочих внешних факторов: экономическая и социальная обстановка в регионе и стране, появление нормативных и правовых документов, регламентирующих деятельность служб занятости и т.д.;  
анализ требований абитуриентов и предприятий к образовательной услуге;

#### 3.3 Основные направления в информационно-консультационной деятельности:

развитие региональной сетевой инфраструктуры;

создание условий для использования в учебно-воспитательном процессе новых информационных технологий;  
обеспечение доступа в Интернет;  
обеспечение функционирования и постоянного обновления сайта ОУ;  
обеспечение безопасности передачи персональных данных в условиях сетевого взаимодействия;  
сбор, систематизация и доведение внешней текущей информации до конкретного потребителя;  
оказание информационно-консультационных услуг по использованию ИКТ;  
обеспечение деятельности медиатеки.

3.4 Основные направления деятельности по содействию трудоустройству выпускников:  
сотрудничество с предприятиями и организациями, выступающими в качестве работодателей для студентов и выпускников ;  
оказание помощи в организации практик, предусмотренных учебным планом;  
взаимодействие с местными органами власти, в том числе с территориальными органами государственной службы занятости населения, общественными организациями и объединениями, заинтересованными в улучшении положения выпускников на рынке труда;  
сбор, обобщение, анализ и предоставление обучающимся и студентам информации о состоянии и тенденциях рынка труда, о требованиях, предъявляемых к соискателю рабочего места, формирование банка данных вакансий, предлагаемых работодателями по соответствующим специальностям  
мониторинг трудоустройства выпускников;  
повышение уровня конкурентоспособности и информированности обучающихся и выпускников с целью обеспечения максимальной возможности их трудоустройства;  
информирование обучающихся и организация их участия в мероприятиях, повышающих вероятность трудоустройства (ярмарок вакансий, дней карьеры, презентаций предприятий и организаций работодателей и т.п.).

#### 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 «Образовательный центр с. Камышла» среди потребителей .

5.3. Запрашивать и получать из всех структурных подразделений ГБПОУ «Образовательный центр с. Камышла» оперативную информацию по вопросам компетенции службы.

5.4. Осуществлять связи с другими организациями.

б. Реорганизация и ликвидация службы.

б.1 Деятельность службы может быть прекращена путем реорганизации или ликвидации, которые осуществляются приказом директора ГБПОУ «Образовательный центр с. Камышла» и внесением соответствующих изменений в штатное расписание.

Уважаемые коллеги! В связи с тем, что...

прошу вас,  
прислать 4  
справки  
по форме  
с датой  
до 14.12.2014

