

Министерство образования и науки Забайкальского края  
Государственное профессиональное образовательное учреждение  
«Приаргунский государственный колледж»

Рассмотрено и одобрено на заседании  
педагогического совета  
Протокол № 6 от «19» декабря 2021 г.

  
«Утверждаю»  
Директор ГПОУ «ПК»  
В.В. Баженова



**ПОЛОЖЕНИЕ**  
**о маркетинговой службе**  
**ГПОУ «Приаргунский государственный колледж»**

## 1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение распространяется на деятельность маркетинговой службы (далее – Служба) ГПОУ «Приаргунский государственный колледж» (далее – ГПОУ «ПГК») и устанавливает организационную структуру, функции, права, обязанности и ответственность, ее взаимодействие с другими подразделениями колледжа в образовательном процессе.

1.2. Основанием для создания Службы является приказ 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».

1.3. Назначение Службы колледжа заключается в следующем:

- повышение качества образовательных услуг и востребованности выпускников на региональном рынке труда;
- изучение востребованности в образовательных услугах населения, субъектов хозяйствования – общества потребителей этих услуг;
- создание, производство и реализация образовательных услуг с учетом специфики образования;
- маркетинговая служба ГПОУ «ПГК» организует прием и трудоустройство студентов, осуществляет социальное партнерство с работодателями, поставщиками и потребителями образовательных услуг.

1.4. Сотрудники Службы в своей деятельности руководствуется Действующим законодательством РФ, Уставом ГПОУ «ПГК», нормативными документами, приказами Министерства образования и науки Забайкальского края и распоряжениями директора, планами работ, правилами внутреннего распорядка, правилами по охране труда, техники безопасности, пожарной безопасности, действующими в колледже и настоящим Положением.

1.5. При обеспечении качества Служба руководствуется Международными и государственными стандартами ИСО серии 9000, Политикой в области качества, «Руководством по качеству», стандартами организации и другими документами системы менеджмента качества (СМК).

1.6. Деятельность Службы ориентирована на требования современного рынка образовательных услуг, удовлетворение потребности общества в образовательных услугах, повышение качества подготовки выпускников системы профессионального образования, взаимодействие с работодателями.

1.7. Расходы мероприятий Службы осуществляются за счет общей сметы расходов и внебюджетных средств образовательного учреждения.

1.8. Маркетинговая служба колледжа является структурной единицей ГПОУ «ПГК», которая формируется из председателей предметно-цикловых комиссий, руководителей практик, педагога-психолога, методиста, студентов. Общее руководство, координацию и контроль над деятельностью Службы осуществляет заместитель директора по УПР.

1.9. На работников Службы колледжа распространяется действующая система оплаты труда.

1.10. Положение о маркетинговой службе колледжа, а также изменения и дополнения к нему рассматриваются на педагогическом совете и утверждаются приказом директора колледжа.

## **2. Цели и задачи**

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

2.2. Основными задачами Службы являются:

- изучение образовательных потребностей предприятий и населения;
- 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;
- разработка комплекса мероприятий по формированию образовательных услуг;
- информационное сопровождение процесса взаимодействия колледжа со всеми субъектами образовательной среды;
- каналы продвижения образовательных услуг, реклама, выгода потребителя;
- разработка программ профессиональной ориентации молодежи, способствующих формированию у них навыков активного поведения на рынке труда;
- разработка, управление и осуществление стратегии и тактики по достижению конечных целей в производстве и реализации образовательных услуг;
- деятельность колледжа по распространению сведений о достоинствах образовательных услуг с целью создания популярности и убеждения пользователя в нужности и предпочтительности потребления данной образовательной услуги в колледже;
- сбыт образовательных услуг, или деятельность по организации их реализации, а также необходимого сервиса;
- содействие трудоустройству выпускников ГПОУ «ПГК».



### 3. Функции

3.1. Служба выполняет основные управленческие функции:

Аналитико-прогностическая – анализ текущего состояния и прогноз состояния востребованности образовательных услуг в различных разрезах:

- специальность, конкретные образовательные учреждения;
- формирование имиджа и привлекательности колледжа;
- их отраслевые и региональные группы в средне- и долгосрочном периоде;
- изучение потребителя и особенностей его спроса на образовательные услуги;
- исследование движения цен на образовательные услуги, исследование уровня конкурентоспособности образовательных услуг учебного заведения;
- анализ хозяйственной деятельности данного учебного учреждения.

Производственная – организация производства образовательных услуг в нужном количестве, качестве, цене; разработка и производство новых видов образовательных услуг.

Логистическая (распределительная) – организация системы материально-технического снабжения учебного и учебно-научного процесса.

Функция реализации образовательных услуг - организация сервисного обслуживания предоставлением и использованием образовательных услуг, разработка и проведение рекламной, ценовой и товарной политики.

Функция управления и контроля – организация информационного обеспечения управления маркетингом, осуществление аудита и планирования на перспективу.

### 4. Структура и организация маркетинговой службы

4.1. Служба организуется, реорганизуется и ликвидируется приказом директора ГПОУ «ПГК».

4.2. Направления работы Службы:

4.2.1. Профориентационные мероприятия:

- организация информационно-рекламной деятельности в СМИ;
- организация взаимодействия с общеобразовательными учреждениями;
- организация Дней открытых дверей;
- развитие профориентационной работы с выпускниками общеобразовательных учреждений;
- участие в ярмарках учебных мест;
- формирование и организация деятельности ученической и студенческой агитбригады;

- расширение использования Интернет-ресурсов.

#### 4.2.2. Мероприятия приемной комиссии:

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

#### 4.2.3. 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.

#### 4.2.4. Организация и реализация программ дополнительного профессионального образования.

#### 4.2.5. Создание, пополнение и анализ базы данных о внутренней среде образовательного учреждения:

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

4.3. Заседания Службы проводятся ежемесячно и по мере необходимости.

4.4. Решения Службы доводятся до всех сотрудников образовательного учреждения и структурных подразделений.

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

#### 5.1. Руководитель Службы имеет право:



- участвовать в разработке стратегического планирования образовательного учреждения, вносить предложения по расширению перечня образовательных услуг с учетом требований рынка труда;

- поддерживать связь от имени колледжа с другими организациями по направлениям развития социального партнерства с работодателями, поставщиками и потребителями образовательных услуг;

- координировать и направлять деятельность структурных подразделений образовательного учреждения в процессе реализации плана маркетинговой деятельности;

- формировать программу Службы колледжа, создавать временные проектные группы по отдельным маркетинговым вопросам;

- в случае необходимости по согласованию с директором колледжа привлекать к реализации маркетинговых мероприятий сотрудников других подразделений образовательного учреждения, создавать временные проектные группы по отдельным маркетинговым вопросам и руководить их работой;

- требовать от руководства обеспечения условий для эффективного функционирования подразделения;

- требовать от других подразделений колледжа представления документов, информации, необходимых для осуществления работы, входящей в компетенцию подразделения;

- принимать участие в совещаниях при обсуждении вопросов функционирования Службы, других вопросов, касающихся деятельности колледжа;

- издавать распоряжения, связанные с деятельностью подразделения, решать иные вопросы в рамках действующего законодательства, высказывать свое мнение;

- выносить на рассмотрение руководству предложения по совершенствованию Службы колледжа, по организации работы подразделения и его взаимодействию с другими подразделениями, обучению и повышению квалификации персонала, предложения о подборе, перемещении и увольнении работников, наложении взыскания за нарушение трудовой дисциплины, а также премировании работников в соответствии с действующей системой премирования.

#### 5.2. Руководитель Службы обязан:

- определять и представлять на утверждение директору колледжа план маркетинговой деятельности;

- отвечать за своевременную и качественную реализацию запланированных мероприятий;

- представлять отчет о проведенной работе, при необходимости организовать публичное обсуждение результатов деятельности Службы;
- принимать оперативные меры по изменению структуры Службы, направлению расходов, плана намеченных мероприятий;
- повышать компетентность сотрудников образовательного учреждения в области маркетинга, в случае необходимости организовывать и проводить заседания, планерки, лекционные, практические занятия и другие формы повышения квалификации.

#### **6. Ответственность**

6.1. Всю полноту ответственности за качество и своевременность выполнения возложенных настоящим Положением задач и функций несет руководитель службы.

6.2. Степень ответственности других работников устанавливается должностными инструкциями.

#### **7. Взаимодействие с другими подразделениями**

Служба сотрудничает со всеми структурными подразделениями колледжа.

#### **8. Организация управления**

Работа Службы маркетинга строится на основе принципов открытости, коллегиальности и ведется в соответствии с планом работы колледжа.

#### **9. Делопроизводство**

Служба маркетинга колледжа работает по плану, который утверждается директором колледжа.

#### **10. Порядок утверждения и изменения Положения о маркетинговой службе**

Положение о маркетинговой службе колледжа, а также изменения и дополнения к нему рассматриваются на педагогическом совете и утверждаются приказом директора образовательного учреждения.