

Принято с изменениями на заседании  
Педагогического Совета колледжа  
Протокол № 33 от 05.02.2015г.  
Утверждено с изменениями на заседании  
Педагогического совета  
(Протокол № 55 от 06.09.2017г.)



Утверждено  
приказом директора  
И.В. Алешкиной  
от 07.09.2017г.

## Локальный акт 1.9.

### Положение о маркетинговой службе

#### 1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение регламентирует порядок деятельности маркетинговой службы Государственного автономного профессионального образовательного учреждения «Читинский педагогический колледж» (далее - Служба).

1.2. В своей деятельности Служба осуществляет свою деятельность в соответствии со следующими нормативными документами:

- Федеральный закон «Об образовании в РФ» № 273-ФЗ от 29.12.2012г.;
- Уставом колледжа;
- Локальными актами колледжа;
- Настоящим Положением.

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

#### 2. Основные цели и задачи маркетинговой службы

2.1. Деятельность Службы ориентирована на требования современного рынка образовательных услуг, взаимодействие с работодателями, изучение спроса и предложения на рынке образовательных услуг с целью подготовки конкурентоспособного специалиста.

Цель маркетинговой Службы: повышение качества образовательных услуг и востребованности выпускников колледжа на региональном рынке труда.

2.2. Задачи:

- систематическое изучение, анализ и оценка рынка труда, образовательных услуг, обеспечение контактов с потенциальными потребителями образовательных услуг, выявление их предпочтений и потребностей;
- изучение перечня предоставляемых услуг конкурентами и их влияние на позиции колледжа;
- подготовка предложений по формированию направлений подготовки и переподготовки педагогических работников, в том числе по открытию новых специальностей;
- обеспечение коллектива колледжа необходимой и достоверной маркетинговой информацией;
- повышение имиджа колледжа на региональном рынке труда;
- прогнозирование спроса и предложений на подготовку педагогических кадров;
- оценка удовлетворённости выпускников и потребителей уровнем подготовки и качеством предоставляемых колледжем образовательных услуг;
- содействие трудоустройству выпускников колледжа.

### **3. Структура и направления работы**

3.1. Служба организуется, реорганизуется и ликвидируется приказом директора колледжа.

3.2. Служба формируется из заведующих кафедр, руководителей практики, классных руководителей, педагога-психолога, ответственного секретаря Приёмной комиссии. Общее руководство, координацию и контроль над деятельностью Службы осуществляет заместитель директора по УР.

#### **3.3. Направления деятельности**

##### **3.3.1. Исследовательское** (сбор, обработка, хранение и представление информации).

Данное направление включает:

- изучение рынка образовательных услуг;
- изучение запросов потребителей;
- изучение требований к подготовке кадров со стороны потребителя;
- изучение профессиональных затруднений молодых специалистов (выпускников колледжа)
- изучение степени удовлетворенности выпускников и потребителей уровнем подготовки и качеством предоставляемых колледжем образовательных услуг, анализ изменения их потребностей.

– мониторинг трудоустройства выпускников и их профессионального роста в течение трех лет после выпуска;

##### **3.3.2. Коммуникационное** (обеспечение взаимодействия между колледжем и социальными партнёрами). Данное направление включает:

- организация взаимодействия с общеобразовательными учреждениями, учреждениями дошкольного и дополнительного образования;
- осуществление мероприятий 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;
- развитие системы социального партнёрства;
- организация практики обучающихся;
- организация встреч выпускников с потенциальными работодателями и работниками службы занятости;
- организация и координирование работы по трудоустройству выпускников;
- организация и реализация программ дополнительного образования для детей и взрослых, а также программ дополнительного профессионального образования (курсы повышения квалификации, переподготовка).

#### **4.3. Профориентационное**

- организация информационно-рекламной деятельности в СМИ;
- участие в ярмарках учебных мест;
- организация Дней открытых дверей;
- расширение использования Интернет-ресурсов;

#### **4.4. Управление маркетингом**

Управление маркетингом включает в себя:

- анализ, планирование, организацию, контроль и коррекцию деятельности по выявлению и удовлетворению запросов потребителей с учетом целей и возможностей колледжа;
- оценку достижений поставленных целей, контроль их исполнения.