

Министерство образования, науки и молодежной политики Забайкальского края

Государственное профессиональное образовательное учреждение

«Хилокское железнодорожное училище»



Локальный акт № 1 -17

## ПОЛОЖЕНИЕ

о Маркетинговой службе

Государственного профессионального образовательного учреждения

«Хилокское железнодорожное училище»

Рассмотрено на  
заседании педагогического совета

Протокол № 2

От «19» 10 2017 г

Хилок, 2017

## **ПОЛОЖЕНИЕ**

### **о Маркетинговой службе**

#### **Государственного профессионального образовательного учреждения**

#### **«Хилокское железнодорожное училище»**

### **1. Общие положения**

1.1. Маркетинговая служба (далее МС) государственного профессионального образовательного учреждения «Хилокское железнодорожное училище» (далее - ГПОУ «ХЖУ») создается для удовлетворения потребностей общества, социальных партнеров, всех участников образовательного процесса в качественных образовательных услугах, предоставляемых учреждением в соответствии с требованиями современного рынка труда.

1.2. В своей деятельности МС ГПОУ «ХЖУ» руководствуется действующим законодательством Российской Федерации и Забайкальского края в сфере образования, приказами и нормативными документами, локальными актами образовательного учреждения, Уставом училища, настоящим положением

1.3. Маркетинговая служба является структурным подразделением и подчиняется директору ГПОУ «ХЖУ».

1.4. Руководитель маркетинговой службы училища назначается и освобождается директором училища

1.5 Руководитель Маркетинговой службы училища осуществляет следующие функции :

- руководит деятельностью МС и несет ответственность за ее работу
- разрабатывает план и определяет порядок работы МС
- изучение и прогнозирование спроса на рынке образовательных услуг
- продвижение образовательных услуг училища на рынке Хилокского района и Забайкальского края

- формирование информационной базы для выбора направлений подготовки и переподготовки специалистов, в том числе при открытии новых специальностей
- разработка программ профессиональной ориентации молодежи, способствующих у них навыков активного поведения на рынке труда
- повышение экономической эффективности услуг, оказываемых училищем
- формирование благоприятного общественного мнения у потенциальных потребителей образовательных услуг
- создание системы управления ассортиментом образовательных услуг училища
- организация сотрудничества с муниципальными образовательными учреждениями
- развитие социального партнерства

## **2. Цели создания маркетинговой службы**

- изучение и прогнозирование спроса на рынке образовательных услуг
- продвижение образовательных услуг училища на рынке Хилокского района и Забайкальского края
- формирование информационной базы для выбора направлений подготовки и переподготовки специалистов, в том числе при открытии новых специальностей
- разработка программ профессиональной ориентации молодежи, способствующих формированию у них навыков активного поведения на рынке труда
- повышение экономической эффективности услуг, оказываемых училищем
- формирование благоприятного общественного мнения у потенциальных потребителей образовательных услуг
- создание системы управления ассортиментом образовательных услуг училища
- организация сотрудничества с муниципальными образовательными учреждениями СОШ
- развитие социального партнерства

### 3. Структура и организация маркетинговой службы

3.1 Маркетинговая служба училища формируется из мастеров производственного обучения, классных руководителей, студентов

3.2 Направления работы Маркетинговой службы училища

3.2.1 Профориентационные мероприятия:

- организация информационно-рекламной деятельностью в СМИ
- создание взаимодействия с МОУ СОШ
- организация Дней открытых дверей в училище
- развитие профориентационной работы с выпускниками МОУ СОШ путем выезда студентов и преподавателей в школы города, района и Забайкальского края
- участие в ярмарках учебных мест
- формирование и организация деятельности студенческой агитбригады
- расширение использования Интернет –ресурсов
- организация и проведение подготовительных курсов и профессиональных проб

3.2.2 Мероприятия приемной комиссии :

- координирование профориентационной работы
- прием документов от поступающих в образовательное учреждение

3.2.3. Содействие трудоустройству выпускников :

- организация и координирование работы Службы содействия трудоустройству выпускников (ССТВ)
- организация практики студентов
- выявление намерений у выпускников об их будущей занятости
- создание банка данных для выпускников работодателей
- развитие системы социального партнерства

- организация встреч выпускников с потенциальными работодателями и работниками службы занятости
- организация классных часов в выпускных группах «Слагаемые успешной карьеры»
- организация индивидуальных консультаций по предстоящему трудоустройству
- мониторинг трудоустройства выпускников в течении 3-х лет

3.2.4 организация и продвижение программ дополнительного профессионального образования . Условия реализации программ прописаны в положении о ДПО.

3.2.5 Создание, пополнение и анализ базы данных о внутренней среде училища

- степень удовлетворенности студентов обучением и другими услугами , анализ изменения их потребностей
- анализ деятельности центра профориентационной работы
- анализ набора абитуриентов в период проведения подготовительных курсов
- обеспечение рекламной компании о деятельности училища в различных направлениях с целью поднятия имиджа училища
- анализ эффективности проведения отдельных маркетинговых мероприятий
- продажа дополнительных образовательных услуг училища

3.3 Заседания маркетинговой службы училища проводятся ежемесячно и по мере необходимости

3.4 Маркетинговая служба училища имеет право дополнительно приглашать для участия в заседаниях сотрудников училища и заинтересованных лиц , а также создавать рабочие группы для решения конкретных задач

3.5 Решения Маркетинговой службы училища доводятся до всех сотрудников училища

3.6 Руководитель Маркетинговой службы училища ( заместитель директора по УРВ) составляет ежегодный план работы и предоставляет отчеты о результатах деятельности директору училища

#### **4 Цели и задачи маркетинговой службы**

4.1 Главная цель маркетинговой службы училища – обеспечение стабилизации и развития училища путем выявления, формирования эффективного удовлетворения потребностей в образовательных услугах различных категорий граждан

4.2 Задачи Маркетинговой службы училища

4.2.1 Исследование рынка:

- анализ спроса – потребностей предприятий и организаций в рабочей силе , как открыто заявленной ( объявления, заявки в службе занятости ), так и скрытой (планы по открытию производств, техническому перевооружению, законсервированные производства)

- анализ конкурентов ( наличие аналогичного предложения образовательных услуг в училище и других образовательных учреждений, оценка сроков, объема и качества выпуска, влияние конкурентов на позиции учреждения)

- анализ прочих внешних факторов: экономическая и социальная обстановка в регионе и стране, появление нормативных и правовых документов , регламентирующих деятельность училища, кадровых служб, служб занятости и т.д.

- анализ требований абитуриентов и предприятий к образовательной услуге

- оценка удовлетворенности выпускников и потребителей уровнем подготовки и качеством предоставляемых училищем образовательных услуг

- анализ внутренних факторов училища : выявление текущего потенциала учреждения, неиспользованных возможностей , способов и стоимость их задействования , альтернатив развития и пути их совершенствования.

4.2.2 Информирование :

- собранный материал должен быть доведен до сведения руководства училища

- информирование руководства осуществляется как по мере накопления материала, так и в соответствии с утвержденным планом предоставления отчетности

#### 4.2.3 Разработка маркетинговой стратегии управления училищем :

- совместное с руководством училища определение целей и стратегий развития учреждения профессионального образования
- составление пакета альтернативных стратегий развития училища
- предоставление разработанного пакета руководству училища
- на основе принятых в результате обсуждения с руководством решений вырабатывается стратегия развития учреждения, составляется дерево локальных стратегий, разрабатывается план их воплощения
- разработка совокупности мероприятий для достижения целей программы маркетинга училища
- разработка направления маркетинга и рекламы
- определение сроков ответственных за отдельные позиции выполнения плана

### **5 Виды деятельности маркетинговой службы**

#### 5.1 Исследовательская

##### 5.1.1 Подготовка и проведение маркетинговых исследований

5.1.2 Создание маркетинговой информационной системы ( сбор, обработка, хранение и предоставление информации)

#### 5.2. Коммуникационная

5.2.1 Обеспечение взаимодействия между потребителем и училищем для достижения поставленных целей и задач

5.2.2 Определение и организация рекламы в целях продвижения услуг, товаров, формирования и стимулирования спроса на свои услуги и товары, а также формирования и поддержание доверия со стороны потребителей и общественности к училищу

### **6 Реорганизация и ликвидация маркетинговой службы**

6.1 Деятельность Службы может быть прекращена путем реорганизации или ликвидации, которые осуществляются приказом директора училища и внесение соответствующих изменений в штатное расписание

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

**СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП**

Сертификат 603332450510203670830559428146817986133868575890

Владелец Чашин Игорь Геннадьевич

Действителен с 21.04.2022 по 21.04.2023