

Согласовано
с управляющим советом
ТОГАПОУ «Промышленно-
технологический колледж
им. В.И. Заволянского»
«30» августа 2023 г.

Утверждено
приказом директора ТОГАПОУ
«Промышленно-технологический колледж
им. В.И. Заволянского»

Бабайцевой Е.А.
Приказ № 626 от 31.08. 2023 г.

ПОЛОЖЕНИЕ
о маркетинговой службе колледжа
Тамбовского областного государственного автономного профессионального
образовательного учреждения «Промышленно-технологический колледж имени
Героя Российской Федерации В.И. Заволянского»

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение определяет цели, задачи, и организацию маркетинговой деятельности в ТОГАПОУ «Промышленно-технологический колледж им. В.И. Заволянского» (далее – Учреждение).

1.2. Под маркетинговой деятельностью в образовании понимается комплекс взаимосвязанных мероприятий по анализу состояния рынка образовательных услуг и активному воздействию на потребительский спрос.

1.3. Целью маркетинговой деятельности является повышение конкурентоспособности образовательной услуги для потенциальных потребителей и расширения рынка сбыта образовательных услуг.

1.4. Задачами маркетинговой деятельности Учреждения являются:

- изучение и прогнозирование спроса на рынке образовательных услуг,
- продвижение образовательных услуг колледжа на региональном рынке,
- 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 колледжем,
- формирование благоприятного общественного мнения у потенциальных потребителей образовательных услуг,
- организация сотрудничества с муниципальными образовательными учреждениями СОШ;
- развитие социального партнерства.

1.3. В своей деятельности Маркетинговая служба колледжа руководствуется: Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»,

Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования, утвержденным приказом Министерства Просвещения России от 21.09.2022 № 70167,

Уставом ТОГАПОУ «Промышленно-технологический колледж им. В.И. Заволянского»

2. Основные направления маркетинга и функции лиц осуществляющих маркетинговую деятельность в образовательном учреждении

2.1. Основными направлениями маркетинговой деятельности в Учреждении являются:

- оптимизация профориентационной работы;

- формирование связей с общественностью;
- аналитическая деятельность.

2.2. Исходя из направлений маркетинга в Учреждении, функциями лиц, привлекаемых к осуществлению маркетинговой деятельности в образовательном учреждении являются:

- внесение предложений и разработка мероприятий по взаимодействию с общеобразовательными учреждениями;
- внесение предложений и разработка мероприятий по профориентационной работе;
- внесение предложений и разработка мероприятий по продвижению образовательных услуг;
- мониторинг состояния регионального рынка образовательных услуг;
- мониторинг требований субъектов образовательных отношений и предприятий (работодателей) к образовательной услуге;
- мониторинг удовлетворенности выпускников и потребителей образовательных услуг качеством предоставляемых образовательных услуг;
- анализ данных, полученных в результате мониторинга;
- информирование всех заинтересованных субъектов о результатах мониторинга.

На основе анализа - разработка и проведение мероприятий, направленных на повышение имиджа образовательного учреждения, формирование благоприятного общественного мнения у потенциальных потребителей образовательных услуг Учреждения.

3. Ответственность за организацию и взаимодействие в рамках осуществления маркетинговой деятельности

3.1. Лицо, ответственное за маркетинговую деятельность в образовательном учреждении, назначается приказом директора из числа преподавательского и/или руководящего состава.

3.2. Направления работы Маркетинговой службы колледжа:

3.2.1. Профориентационные мероприятия:

- организация информационно-рекламной деятельности в СМИ;
- создание взаимодействия с МОУ СОШ;
- организация Дней открытых дверей в колледже;
- развитие профориентационной работы с выпускниками МОУ СОШ;
- 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. Содействие трудоустройству выпускников:

- организация и координирование работы Бюро содействия трудоустройству выпускников;
- выявление намерений у выпускников об их будущей занятости;
- создание банка данных для выпускников и работодателей;
- развитие системы социального партнерства;
- организация встреч выпускников с потенциальными работодателями и работниками службы занятости;
- организация индивидуальных консультаций по предстоящему трудоустройству;
- мониторинг трудоустройства выпускников в течение 2-х лет.

3.2.3. Создание, пополнение и анализ базы данных о внутренней среде колледжа:

- степень удовлетворенности студентов обучением и другими услугами, анализ изменения их потребностей;
- анализ деятельности профориентационной работы;
- обеспечение рекламной компании о деятельности колледжа в различных направлениях с целью поднятия имиджа колледжа;
- анализ эффективности проведения отдельных маркетинговых мероприятий.

4. Виды деятельности маркетинговой службы колледжа

4.1. Исследовательская

4.1.1. Подготовка и проведение маркетинговых исследований.

4.1.2. Создание маркетинговой информационной системы (сбор, обработка, хранение и представление информации)

4.2. Коммуникационная

4.2.1. Обеспечение взаимодействия между потребителем и колледжем для достижения поставленных целей и решения задач.

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