


УТВЕРЖДАЮ

Директор

ГОУ СПО Волгоградский
политехнический колледж

 М.Е. Кисиль
« 12 » / 03 2008 г.

ПОЛОЖЕНИЕ

об отделе маркетинга и содействия трудоустройству выпускников ГОУ СПО Волгоградский политехнический колледж

И. Общие положения

1. Настоящее Положение разработано в соответствии с Уставом ГОУ СПО Волгоградский политехнический колледж (далее – колледж), Рекомендациями по созданию и функционированию службы содействия трудоустройству выпускников образовательных учреждений профессионального образования, направленными письмом Рособразования от 13.03.2007 № 369/12-16, на основании решения коллегии Рособразования от 23.11.2006 № 13 и приказа Рособразования от 07.12.2006 № 1467 и регулирует деятельность отдела маркетинга и содействия трудоустройству выпускников колледжа (далее по тексту – Отдел).
2. Положение об отделе маркетинга и содействия трудоустройству выпускников колледжа утверждается директором колледжа по представлению начальника Отдела по согласованию с заместителем директора по учебно-производственной работе.
3. Отдел создается, реорганизуется и ликвидируется приказом директора колледжа.
4. Отдел является самостоятельным структурным подразделением колледжа и в своей работе руководствуется действующим законодательством Российской Федерации, Уставом колледжа, настоящим Положением, другими локальными нормативными актами колледжа.
5. Отдел осуществляет свою деятельность во взаимодействии с другими структурными подразделениями колледжа, а также, по согласованию с руководством колледжа и в пределах своей компетенции, со сторонними организациями.
6. Отдел возглавляет начальник Отдела, назначаемый на должность приказом директора колледжа. Начальник Отдела непосредственно подчиняется заместителю директора по учебно-производственной работе. Организация деятельности Отдела осуществляется в соответствии с требованиями современных стандартов качества.
7. Структуру и штатную численность Отдела утверждает директор колледжа по представлению заместителя директора по учебно-производственной работе и по согласованию с начальником отдела кадров и главным бухгалтером, исходя из конкретных условий и особенностей деятельности колледжа.
8. Сотрудники Отдела в установленном порядке несут ответственность за разглашение информации, содержащей коммерческую, служебную или иную охраняемую законом тайну, или за иное неправомерное использование такой информации.

II. Основные функции Отдела

9. Реализация маркетинговой стратегии в управлении колледжем.
10. Содействие занятости обучающихся колледжа и трудоустройству выпускников колледжа.

III. Основные задачи Отдела

11. На Отдел возлагаются следующие задачи:

- 11.1. взаимодействие с предприятиями и организациями, выступающими в качестве работодателей для студентов и выпускников; сбор и анализ информации о требованиях потребителей к качеству услуг колледжа;
- 11.2. взаимодействие с территориальными органами государственной службы занятости населения, общественными организациями и объединениями, заинтересованными в улучшении положения выпускников на рынке труда;
- 11.3. организация временной занятости студентов; разработка проектов перспективных и краткосрочных планов деятельности колледжа в области содействия трудоустройству выпускников; представление их на рассмотрение и утверждение руководства;
- 11.4. сбор, обобщение, анализ информации о требованиях, предъявляемых работодателями к соискателю рабочего места; формирование банка данных вакансий, предлагаемых работодателями по соответствующим специальностям;
- 11.5. информирование и консультирование студентов и выпускников колледжа о состоянии и тенденциях рынка труда с целью обеспечения максимальной возможности их трудоустройства;
- 11.6. сбор и анализ информации о востребованности выпускников колледжа, о местах трудоустройства выпускников; организация контроля за профессиональной деятельностью выпускников колледжа после окончания колледжа; организация и контроль за поддержанием отношений с выпускниками колледжа;
- 11.7. организация маркетинговых исследований; комплексное изучение актуальных рынков труда и образовательных услуг (в частности, исследование и анализ основных показателей рынка, оценка их конъюнктуры, прогноз их развития; изучение потребителей, их финансового положения, определение реального платежеспособного спроса на услуги колледжа; изучение конкурентов и их деятельности; сегментация рынка, анализ параметров сегментов, позиционирование и др.); разработка маркетинговой политики в колледже; расчет реальной емкости освоенных и новых рынков для услуг колледжа);
- 11.8. мониторинг конкурентоспособности колледжа на рынке образовательных услуг; организация обратной связи с потребителями услуг, оказываемых колледжем (в частности, организация и проведение анкетирования студентов колледжа и их родителей по вопросам колледжа (в т.ч. потенциальных); выявление и сбор информации о конкурентах колледжа, составление заключений о возможных направлениях их политики на рынках; сравнение количественных и качественных показателей колледжа с показателями конкурентов колледжа (в т.ч. потенциальных);
- 11.9. подготовка и представление руководству информационно-аналитических материалов о состоянии и перспективах развития маркетинговой деятельности колледжа; подготовка и представление руководству обоснованных предложений для принятия управленческих решений по совершенствованию и повышению эффективности деятельности колледжа (в частности, для своевременного внесения изменений в контрольные цифры приема в колледж, для корректировки учебных планов, ввода новых специальностей и направлений подготовки, принятия решений в области ценообразования и др.); участие в пределах своей компетенции в подготовке и исполнении управленческих решений руководства колледжа;
- 11.10. проведение мероприятий по формированию потребностей в услугах колледжа, по расширению рынка сбыта услуг колледжа;
- 11.11. формирование положительного имиджа колледжа; подготовка предложений по формированию фирменного стиля колледжа; организация участия колледжа в презентацион-

ных мероприятиях (ярмарках вакансий, презентациях, выставках и т.п.); подготовка и редакция рекламных и информационных материалов; взаимодействие со средствами массовой информации (СМИ), организация проката рекламы в СМИ, интервью и др.; поддержка сайта колледжа в сети Интернет, в части касающейся; телефонное и личное информирование потенциальных потребителей о деятельности колледжа;

- 11.12. содействие другим подразделениям колледжа в организации и проведении профориентационных мероприятий;
- 11.13. подготовка документов по вопросам, входящим в компетенцию Отдела; учет поступающих заявок на трудоустройство и других необходимых документов; составление и своевременное представление отчетных документов о деятельности Отдела;
- 11.14. организационно-методическое руководство, координация и контроль деятельности структурных подразделений колледжа по вопросам маркетинга;
- 11.15. организация и проведение мероприятий, направленных на совершенствование и внедрение новых методов организации работы Отдела (в том числе на основе использования современных информационных технологий), на улучшение условий и организации труда сотрудников Отдела, постоянное повышение их квалификации и профессионализма.

IV. Ответственность

12. Ответственность за ненадлежащее и/или несвоевременное выполнение Отделом функций и задач, предусмотренных настоящим положением, несет начальник Отдела.
13. Ответственность работников Отдела устанавливается должностными инструкциями.

Начальник отдела маркетинга и содействия
трудоустройству выпускников колледжа



Е.В. Красовицкая

Согласовано:

Заместитель директора
по учебно-производственной работе



О.Н. Тимакова