



Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение Свердловской области
«АЛАПАЕВСКИЙ МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ ТЕХНИКУМ»
624600 Свердловская область, г. Алапаевск, ул. Ленина 11, корпус 1
Тел. (34346)21673,21664 Факс (34346)21664 Эл. адрес aplicev@mail.ru

Согласовано на Методическом Совете
Протокол № 6 от « 12 » февраля 2016 г.
Председатель: Скрипник И. В. Скрипник

УТВЕРЖДАЮ: Е. Л. Титеева Е. Л. Титеева
Директор ГБПОУ СО
«Алапаевский многопрофильный техникум»
«09» февраля 2016г



ПОЛОЖЕНИЕ

МАРКЕТИНГОВОЙ СЛУЖБЕ

ПКО.10

1. Общие положения

1.1. Служба маркетинга образовательных услуг (в т. ч. Центр содействия трудоустройству выпускников) (далее Служба) введена для функционирования системы профессионального образования в соответствии с требованиями современного рынка образовательных услуг, удовлетворения потребностей общества, образовательных учреждений и частных лиц в образовательных услугах.

1.2. Настоящее положение основывается на Конституции Российской Федерации, Федеральном законе «Об образовании в Российской Федерации», рекомендации МО РФ «Примерное положение о центре содействия занятости учащейся молодежи и трудоустройству выпускников учреждений профессионального образования», Уставе техникума.

1.3. Служба является структурным подразделением техникума, не является юридическим лицом и не имеет самостоятельного баланса.

1.4. Служба осуществляет свою работу во взаимодействии с другими структурными подразделениями техникума и социальными партнерами, Центром занятости населения, кадровыми службами учреждений, общественными организациями, другими образовательными заведениями и работодателями.

2. Цели и задачи Службы

2.1. Основные цели деятельности Службы:

- содействие трудоустройству выпускников техникума;
- подбор мест прохождения учебной и производственной практики для обучающихся в соответствии с получаемой профессией.

2.2. Задачи Службы:

2.2.1. Сотрудничество с организациями, выступающими в качестве работодателей для выпускников и обучающихся техникума, заключение договоров с социальными партнерами.

2.2.2. Исследование рынка:

- анализ спроса потребностей предприятий в кадрах как открыто заявленной (объявления, заявки в службу занятости), так и скрытой (планы по открытию новых направлений спроса);
- анализ внешних факторов: экономическая и социальная обстановка в территории, области и стране, появление нормативных и правовых документов, регламентирующих деятельность СПО, кадровых служб, служб занятости;
- анализ внутренних факторов образовательного учреждения: выявление текущего потенциала техникума, неиспользованных возможностей, способов и стоимости их задействования, альтернатив развития и пути их осуществления;
- анализ образовательных услуг в техникуме, оценка сроков, объема и качества выпуска.

2.2.3. Активное продвижение образовательных услуг на рынке труда, ее пропаганда, показ ее достоинств и преимуществ; прямые контакты с потребителем.

2.2.4. Создание положительного привлекательного образа техникума, предоставляемых образовательных услуг и работников техникума в глазах потребителей.

3. Основные направления деятельности

3.1. Маркетинговые исследования рынка труда и рынка образовательных услуг:

- требований работодателей к уровню квалификации специалистов;
- оценки работодателями качества образования специалистов;
- открытие новых профессий, направлений подготовки в соответствии с потребностями рынка труда УР.

3.2. Реализация мер по развитию информационной системы по содействию трудоустройства выпускников осуществляется через:

- создание страницы о Службе на сайте техникума;
- предоставление информации в СМИ о выпуске обучающихся;
- предоставление информации о количестве выпускников техникума по различным направлениям кадровым службам предприятий;
- разработка предложений по вопросам содействия в трудоустройстве молодых специалистов;
- оказание содействия в заключение договоров с предприятиями на предоставление рабочих мест для прохождения учебной и производственной практик;
- информирование выпускников об имеющихся вакансиях на предприятиях.

3.3. Разработка эффективных моделей организации производственной практики обучающихся техникума.

3.4. Сбор, анализ и представление выпускникам и обучающимся информации о состоянии рынка труда, о требованиях работодателя, предъявляемых к соискателю рабочего места, информации в сфере занятости.

3.5. Индивидуальная и коллективная работа с обучающимися и выпускниками по вопросам профориентации, трудоустройства и временной занятости.

4. Структура и организация работы Службы

4.1. Членом Службы может быть любой работник техникума.

4.2. Руководителем Службы маркетинга и содействия трудоустройству выпускников назначается и освобождается приказом директора техникума.

4.3. Состав службы формируется на Совете техникума сроком на 2 (два) года.

4.4. Количественный состав Службы не ограничен. В своей деятельности служба подотчетна руководителю техникума.

4.5. Служба совместно с другими структурными подразделениями техникума проводит следующие мероприятия:

- презентация специальностей;
- презентация предприятий работодателя;
- участие в проведении ярмарок-вакансий;
- изучение предложений работодателя по повышению уровня квалификации выпускников;
- анкетирование обучающихся и выпускников по вопросам трудоустройства;
- проведение тренингов, классных часов, дней открытых дверей и др.;
- консультирование выпускников по тактике поиска работы, написания резюме;
- организация и проведение совещаний, семинаров по трудоустройству;
- размещения информации на сайте техникума, в СМИ о приеме и выпуске.

4.6. Служба в начале учебного года составляет План работы на год, который согласовывается с методическим советом и утверждается директором техникума и доводится до сведения педагогического коллектива.

4.7. На педагогическом совете по итогам работы за год руководитель службы предоставляет отчет о проделанной работе.

5. Права Службы

5.1. Проводить социологические исследования в учебных группах.

5.2. Привлекать к маркетинговым исследованиям руководителей подразделений, педагогический состав и обучающихся.

5.3. Устанавливать и поддерживать связь с социальными партнерами.

5.4. Выносить на обсуждение на педагогических, методических советах и собраниях техникума вопросы, касающиеся деятельности Службы.

5.5. Разрабатывать предложения по совершенствованию качества подготовки и уровня занятости выпускников техникума.

5.6. Ходатайствовать о поощрении преподавателей и обучающихся за активное участие в проведении маркетинговых исследований и мероприятий.

6. Документация маркетинговой службы

6.1. Приказ о создании, о назначении руководителя службы.

6.2. Положение о маркетинговой службе.

6.3. План работы (на учебный год).

6.4. Отчет за учебный год.

6.5. База данных (приказы, графики, планы проведения мероприятий, рекламные буклеты и т.д.).

6.6. Банк информации о трудоустройстве выпускников.

7. Заключительные положения

7.1. Изменения и дополнения в положение вносятся на заседании членов Службы при одобрении большинства присутствующих. Изменения в положении согласовываются на Совете Техникума.

7.2. Ликвидация и реорганизация службы осуществляется по решению Совета техникума.