

**Частное образовательное учреждение
профессионального образования
«Ставропольский многопрофильный колледж»**

РАССМОТРЕНО

УТВЕРЖДАЮ

на заседании педагогического совета
ЧОУ ПО «Ставропольский
многопрофильный колледж»

Директор ЧОУ ПО
«Ставропольский
многопрофильный колледж»

Протокол №

от «17» 09 20 25 г.



«17» 09 20 25 г.

Н.В.Кандаурова

**ПОЛОЖЕНИЕ
ОБ ОТДЕЛЕ МАРКЕТИНГА**

**Частного образовательного учреждения профессионального образования
«Ставропольский многопрофильный колледж»
(«СмК»)**

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение определяет основные цели, задачи, принципы, направления деятельности, организационную структуру, права и обязанности Отдела Маркетинга.

1.2. В своей деятельности отдел Маркетинга руководствуется государственными нормативными документами в сфере образования, воспитания и молодежной политики, работы СМИ, внутренними локальными актами и настоящим Положением.

1.3. Деятельность отдела Маркетинга осуществляется при поддержке директора колледжа. Координацию деятельности отдела Маркетинга осуществляет директор колледжа.

1.4. Местом нахождения отдела Маркетинга — является юридический и фактический адрес колледжа.

1.5. Вопросы, не урегулированные настоящим Положением, решаются отделом Маркетинга в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации. Если какие-либо нормы настоящего Положения в связи с изменением законодательства Российской Федерации становятся противоречащими законодательству Российской Федерации,

Федерации, то это не отменяет действие иных норм настоящего Положения, и отдел Маркетинга действует на основании измененного законодательства Российской Федерации.

2. Цели и задачи

2. Основной целью деятельности Отдела маркетинга является повышение качества образовательных услуг и востребованности выпускников на региональном рынке труда.

Основными задачами отдела Маркетинга являются:

- 2.1 Изучение образовательных потребностей предприятий и населения;
- 2.2 Исследование востребованности в образовательных услугах, или сбор, обработка, анализ информации о потреблении образовательных услуг;
- 2.3 Информационное сопровождение процесса взаимодействия колледжа со всеми субъектами образовательной среды.
- 2.4 Разработка комплекса мероприятий по формированию образовательных услуг.
- 2.5 Каналы продвижения образовательных услуг, реклама, выгода потребителя.
- 2.6 Деятельность колледжа по распространению сведений о достоинствах образовательных услуг с целью создания популярности и убеждения пользователя в нужности и предпочтительности потребления данной образовательной услуги в колледже.
- 2.7 Сбыт образовательных услуг, или деятельность по организации их реализации, а также необходимого сервиса.
- 2.8 Разработка, управление и осуществление стратегии и тактики по достижению конечных целей в производстве и реализации образовательных услуг.
- 2.9 Подготовка предложений по формированию направлений подготовки и переподготовки рабочих кадров и специалистов, в том числе по открытию новых профессий и специальностей

3.Функции

3.1. Отдел Маркетинга выполняет основные управленческие функции:

Аналитико-прогностическая – анализ текущего состояния и прогноз состояния востребованности образовательных услуг в различных разрезах:

- специальность, конкретные образовательные учреждения;
- формирование имиджа и привлекательности колледжа.
- их отраслевые и региональные группы в средне- и долгосрочном периоде;
- изучение потребителя и особенностей его спроса на образовательные услуги;
- исследование движения цен на образовательные услуги, исследование уровня конкурентоспособности образовательных услуг учебного заведения;

Производственная – организация производства образовательных услуг в нужном количестве, качестве, цене; разработка и производство новых видов образовательных услуг;

Логистическая (распределительная) – организация системы материально- технического снабжения учебного и учебно-научного процесса.

Функция реализации образовательных услуг - организация сервисного обслуживания предоставлением и использованием образовательных услуг, разработка и проведение рекламной, ценовой и товарной политики.

Функция управления и контроля – организация информационного обеспечения управления маркетингом, осуществление аудита и планирования на перспективу.

4.Структура и управление отделом

4.1 Отдел Маркетинга организуется, реорганизуется и ликвидируется приказом директора колледжа.

4.2 Общее руководство отделом Маркетинга осуществляет директор колледжа.

4.3 Отдел Маркетинга проводит профориентационные мероприятия и содействует отлаженной работе системы продаж.

4.4 Направления работы службы:

4.4.1 Профориентационные мероприятия:

- организация информационно-рекламной деятельности в СМИ;
- организация взаимодействия с общеобразовательными учреждениями;
- организация дней открытых дверей;
- развитие профориентационной работы с выпускниками образовательных учреждений;
- формирование и организация деятельности студенческой профориентационной команды.

4.4.2 Организация и реализация программ дополнительного профессионального образования.

4.4.3 Создание, пополнение и анализ базы данных о внутренней среде образовательного учреждения:

- степень удовлетворенности обучающихся обучением и оказываемыми дополнительными образовательными услугами, предоставляемыми колледжем, анализ изменения их потребностей;
- обеспечение рекламной компании о деятельности колледжа в различных направлениях с целью поднятия имиджа колледжа;
- эффективность проведения профориентационных мероприятий.

4.5 Заседания отдела проводятся по мере необходимости, информация о работе службы еженедельно докладывается директору колледжа.

4.6 Решения отдела Маркетинга доводятся до всех сотрудников колледжа.

5. Права и обязанности начальника отдела

5.1. Начальник отдела в соответствии с должностными обязанностями имеет право:

5.1.1 Участвовать в разработке стратегического планирования колледжа, вносить предложения по расширению перечня образовательных услуг с учетом требований рынка труда;

5.1.2 Поддерживать связь от имени колледжа с другими организациями по направлениям развития социального партнерства с работодателями, поставщиками и потребителями образовательных услуг;

5.1.3 Готовить и заключать договоры, соглашения с юридическими и физическими лицами в рамках своих полномочий;

5.1.4 Координировать и направлять деятельность структурных подразделений колледжа в процессе реализации плана маркетинговой деятельности;

5.1.5 Создавать временные проектные группы по отдельным маркетинговым вопросам;

5.1.6 Требовать и получать фонды на приобретение материальных ресурсов для обеспечения процессов организации.

5.1.7 Требовать от руководства обеспечения условий для эффективного функционирования подразделения.

5.1.8 Требовать от других подразделений колледжа представления документов, информации, необходимых для осуществления работы, входящей в компетенцию подразделения.

5.1.9 Принимать участие в совещаниях при обсуждении вопросов, касающихся деятельности колледжа.

5.1.10 Выносить на рассмотрение руководству предложения по совершенствованию системы качества колледжа, по организации работы подразделения и его взаимодействию и с другими подразделениями, обучению и повышению квалификации персонала, предложения о подборе, перемещении и увольнении работников, наложении взыскания за нарушение трудовой дисциплины, а также о премировании работников в соответствии с действующей системой премирования.

5.1.11 Издавать распоряжения, связанные с деятельностью подразделения, решать иные вопросы в рамках действующего законодательства, высказывать свое мнение.

5.2 Начальник отдела обязан:

5.2.1 Определять и предоставлять на утверждение директору план маркетинговой деятельности;

5.2.2 Отвечать за своевременную и качественную реализацию запланированных мероприятий; представлять отчет о проведенной работе, при необходимости организовать публичное обсуждение результатов деятельности отдела;

5.2.3 Принимать оперативные меры по изменению структуры отдела; направлению расходов, плана намеченных мероприятий;

5.2.4 Повышать компетентность сотрудников колледжа в области маркетинга.

6. Ответственность

6.1. Всю полноту ответственности за качество и своевременность выполнения возложенных настоящим Положением задач и функций несет начальник отдела.

6.2. Степень ответственности других работников устанавливается должностными инструкциями.