

Министерство образования и молодежной политики Ставропольского края
государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«Пятигорский техникум торговли, технологий и сервиса»

УТВЕРЖДАЮ:
Директор ГБПОУ ПТТТиС

Н.П. Башкатова

« 11 » января 2016 года



ПОЛОЖЕНИЕ

ОБ ОТДЕЛЕ МАРКЕТИНГА

г. Пятигорск 2016 года

1. Общие положения

1.1. Отдел маркетинга техникума (далее - отдел) - один из систем управления учебным заведением, деятельность которого направлена на изучение спроса рынков образовательных услуг и труда с целью реализации конкурентоспособного (по уровню и качеству образования) специалиста.

1.2. Отдел маркетинга создан для рационального использования бюджетных средств и получения внебюджетных средств с целью обеспечения эффективного развития техникума в условиях рынка.

1.3. В своей деятельности отдел маркетинга руководствуется Законом РФ «Об образовании», приказами Министерства образования и науки РФ, постановлениями Правительства РФ, законами Ставропольского края, уставом техникума и настоящим Положением.

1.4. Отдел является структурным подразделением техникума, работает под непосредственным руководством директора техникума.

1.5. Положение об отделе и его структура утверждаются директором техникума.

1.6. Руководитель отдела назначается и освобождается от должности директором техникума.

2. Цели и задачи отдела маркетинга

2.1. Цель отдела маркетинга:

- создание эффективной системы получения маркетинговой информации, принятие на ее основе управленческих решений и координация их исполнения для достижения поставленных целей в рыночных условиях.

- удовлетворение потребностей общества, организаций и частных лиц в образовательных услугах;
- продвижение техникума на рынке образовательных услуг;
- формирование имиджа техникума на рынке образовательных услуг.

2.2. Основные задачи отдела маркетинга:

- исследования рынка образовательных услуг Ставропольского края;
- анализ спроса и потребностей предприятий и учреждений в выпускниках техникума;
- анализ конкурентов (наличие аналогичного предложения образовательных услуг в техникуме и других образовательных учреждений, оценка сроков, объема и качества выпуска, влияние конкурентов на позиции учреждения);
- Осуществление плана маркетинга и рекламы.

3. Информирование

3.1. Доведение собранных данных до сведения руководства техникума;

3.2. Прогнозирование маркетинговой ситуации и принятие эффективного решения для развития учебного заведения;

3.3. Составление перспективных и текущих планов техникума создания банка данных;

3.4. Изучение мнения общественности о деятельности техникума потенциальных потребителей услуг техникума;

3.5. Разработка стратегии профориентационной работы по набору студентов с использованием различных приемов рекламы и информации;

- 3.6. Участие в городских, краевых, отраслевых выставках, выставках-продажах, применение различных подходов образовательного маркетинга для профессиональной ориентации населения участие в ярмарках образования, проводимых в Ставропольском крае и других регионах России;
- 3.7. Разработка стратегии проведения рекламных мероприятий в средствах массовой информации с помощью наружной, электронной и почтовой рекламы, наполнение сайта техникума совместно с электроником техникума;
- 3.8. Определение сроков и ответственных за отдельные позиции выполнения плана подготовка предложений по формированию фирменного стиля техникума.

4. Функции

В своей деятельности отдел маркетинга выполняет такие функции, как:

4.1. Исследовательская:

- подготовка и проведение маркетинговых исследований;
- создание маркетинговой информационной системы (сбор, обработка, хранение и предоставление информации).

4.2. Коммуникационная:

- обеспечение взаимодействия между потребителями и производителями;
- целенаправленное комплексное воздействие на внешнюю и внутреннюю среду техникума для достижения основных стратегических целей и решения оперативных задач.

4.3. Управление маркетингом:

- анализ, планирование, организация, контроль и коррекция деятельности по выявлению и удовлетворению запросов потребителей с учетом целей и возможностей техникума.

5. Полномочия Отдела профориентации и маркетинга

- 5.1. Разрабатывать и реализовывать маркетинговую стратегию техникума
- 5.2. Собирать и анализировать информацию по потребителям услуг
- 5.3. Организовывать эффективное взаимодействие отдела техникума с другими структурными подразделениями и службами техникума
- 5.4. Принимать самостоятельные решения и осуществлять действия по вопросам продвижения образовательных услуг на рынках
- 5.5. Запрашивать и получать из структурных подразделений техникума оперативную информацию по вопросам компетенции отдела.

6. Ответственность

Отдел несет ответственность за:

- 6.1. Своевременное выполнение основных задач и функций, а также за поддержание результатов своей работы на установленном уровне качества;
- 6.2. Полноту, достоверность и своевременность представляемой отделом информации;
- 6.3. Рациональную организацию труда, правильность применения положений инструктивных и нормативных документов;
- 6.5. Соблюдение установленных правил внутреннего трудового распорядка, правил техники безопасности и охраны труда.