



Бюджетное учреждение профессионального образования
Ханты-Мансийского автономного округа – Югры
«Нижневартовский строительный колледж»
БУ «Нижневартовский строительный колледж»

УТВЕРЖДАЮ

Директор БУ «Нижневартовский
строительный колледж»

А.А. Десятов

Приказ № 33/1-а
от «24» февраля 2022 г.



**ПОЛОЖЕНИЕ
ОБ ОТДЕЛЕ МАРКЕТИНГА
БУ «НИЖНЕВАРТОВСКИЙ СТРОИТЕЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»**

ПЛЖ СМК 4.2.3.-.....-22 ⁵²⁷

Версия 5

Нижневартовск
2022 г.

**КОНТРОЛЬНЫЙ
ЭКЗЕМПЛЯР**

	Должность	Ф.И.О.	Подпись	Дата
Разработали	Специалист по маркетингу	Худанова К.В.		20.01.2022
	Специалист по связям с общественностью	Меркушева А.И.		20.01.2022
Согласовали	Заместитель директора Юрисконсульт Методист	Лукин С.В.		21.01.2022
		Кузьмина Л.А.		07.02.2022
		Тартышная М.В.		21.02.2022
Версия 5				Стр. 1 из 16

Оглавление

1.	Назначение и область применения	3
2.	Нормативные ссылки	3
3.	Определения, обозначения и сокращения	3
4.	Общие положения	5
5.	Цели деятельности и основные задачи	5
6.	Структура и подразделения	7
7.	Функции	7
8.	Права	10
9.	Ответственность	11
10.	Взаимодействие со структурными подразделениями колледжа.....	12
11.	Заключительные положения	12
	<i>Приложение А</i>	14
	<i>Приложение Б</i>	15
	<i>Приложение В</i>	16

1. Назначение и область применения

1.1. Настоящее положение определяет порядок деятельности, основные функции, структуру, ответственность и взаимоотношения отдела маркетинга (далее – «отдел») БУ «Нижневартовский строительный колледж» (далее – «колледж»), деятельность которого направлена на изучение и учёт спроса рынков труда и образовательных услуг и перспектив их развития, продвижение образовательных услуг на рынке услуг.

2. Нормативные ссылки

2.1. В своей деятельности отдел руководствуется:

2.1.1. Конституцией Российской Федерации;

2.1.2. Трудовым кодексом РФ;

2.1.3. указами Президента РФ;

2.1.4. Федеральным законом от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

2.1.5. нормативно-правовыми актами Российской Федерации и Ханты-Мансийского автономного округа - Югры;

2.1.6. нормативными документами Департамента образования и молодёжной политики Ханты-Мансийского автономного округа - Югры;

2.1.7. иными нормативными актами Министерства образования и науки России;

2.1.8. Уставом бюджетного учреждения профессионального образования Ханты-Мансийского автономного округа – Югры «Нижневартовский строительный колледж» (утвержден распоряжением Департамента по управлению государственным имуществом Ханты-Мансийского автономного округа – Югры от 20.03.2014г. №13-Р-413);

2.1.9. приказами и распоряжениями директора колледжа;

2.1.10. настоящим Положением;

2.1.11. Положением о создании Центра содействия трудоустройству выпускников БУ «Нижневартовский строительный колледж»;

2.1.12. должностными инструкциями персонала отдела маркетинга;

2.1.13. правилами внутреннего трудового распорядка колледжа;

2.1.14. правилами и нормами охраны труда, техники безопасности и противопожарной защиты;

2.1.15. ДП СМК 4.2.3-17 «Управление документацией» (приказ от 05.09.2017 г. № 183-а).

3. Определения, обозначения и сокращения

Public Relations - это функция управления, способствующая налаживанию или поддержанию взаимовыгодных связей между организацией и общественностью.

Вендор — это физическое или юридическое лицо, которое продвигает и поставляет товары под собственным брендом.

Дополнительное профессиональное образование – образование для лиц, имеющих или получающих среднее профессиональное и (или) высшее образование, и направленное на удовлетворение образовательных и профессиональных потребностей, профессиональное развитие человека, обеспечение соответствия его квалификации меняющимся условиям профессиональной деятельности и социальной среды.

Контрольные цифры приема — это количество мест, на которые будет осуществляться набор. В рамках этих цифр выделяются отдельно места, финансируемые за счет бюджетных ассигнований Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, и места по договору об оказании платных образовательных услуг по каждому направлению на разные формы обучения.

Профессиональное обучение - приобретение лицами различного возраста профессиональной компетенции, в том числе для работы с конкретным оборудованием, технологиями, аппаратно-программными и иными профессиональными средствами, получение указанными лицами квалификации по профессии рабочего, должности служащего и присвоение им (при наличии) квалификационных разрядов, классов, категорий по профессии рабочего или должности служащего без изменения уровня образования.

Служба непрерывного профессионального образования – это служба, обеспечивающая процесс роста образовательного (общего и профессионального) потенциала личности в течение жизни, организационно обеспеченный системой государственных и общественных институтов и соответствующий потребностям личности и общества с целью удовлетворения потребности личности в развитии, саморазвитии, самоактуализации и реализации себя в профессиональной жизни.

Трудоустройство – это процесс поиска подходящей работы, подготовки к ней и устройства на работу.

БУ – бюджетное учреждение;

ДП – документированная процедура;

ДПО – дополнительное профессиональное образование;

КЦП – контрольные цифры приема;

ПО – профессиональное обучение;

СМИ – средства массовой информации;

СМК – система менеджмента качества;

4. Общие положения

4.1. Отдел является структурным подразделением БУ «Нижевартовский строительный колледж» в составе службы непрерывного профессионального образования.

4.2. Отдел подчиняется заместителю директора, курирующего деятельность службы непрерывного профессионального образования.

4.3. Отдел создается и ликвидируется приказом директора колледжа.

4.4. Положение об отделе утверждаются Педагогическим советом колледжа.

4.5. Структура отдела утверждается директором колледжа.

4.5. Сотрудники отдела назначаются на должность и освобождаются от нее приказом директора колледжа

4.6. Потребителями услуг отдела являются: обучающиеся, выпускники, руководители и работники образовательных учреждений, безработные граждане, граждане, испытывающие трудности в поиске работы, потребность в обучении и переобучении, работодатели и иные заинтересованные лица.

5. Цели деятельности и основные задачи

5.1. Целями отдела маркетинга являются:

5.1.1. комплексное изучение рынка образовательных продуктов и услуг для актуализации предлагаемых БУ «Нижевартовский строительный колледж» программ профессионального обучения и дополнительного профессионального образования;

5.1.2. проведение профориентационной деятельности для полного удовлетворения потребностей общества;

5.1.3. выявление, формирование и эффективное удовлетворение образовательных потребностей участников рынка образовательных продуктов и услуг и их оценка для совершенствования системы профессионального образования БУ «Нижевартовский строительный колледж»;

5.1.4. обеспечение устойчивой реализации услуг БУ «Нижевартовский строительный колледж» и формирование положительного имиджа колледжа в регионе;

5.1.5. исследование рынка труда и содействие трудоустройству выпускников колледжа.

5.2. В соответствии с целями отдел реализует следующие основные задачи:

5.2.1. проведение комплексных маркетинговых исследований, включая выделение и изучение перспективных рынков реализации образовательных услуг, динамики и специфики спроса на образовательные услуги, а также исследование возможностей и состояния колледжа;

5.2.2. совместно с другими подразделениями и руководством колледжа выработка стратегий деятельности БУ «Нижевартовский строительный колледж» на образовательном рынке в целом и в отношении отдельных видов образовательных услуг, относительно продуктовой и ценовой политики, выбора рационального продвижения образовательных услуг. Составление прогнозов и текущих планов маркетинга по каждому виду услуг. Разработка, совместно со структурными подразделениями колледжа, предложений и рекомендаций по совершенствованию действующих и открытию новых образовательных услуг;

5.2.3. обеспечение постоянного продвижения образовательных услуг колледжа на рынке образовательных услуг;

5.2.4. разработка бюджета маркетинга и рекламы;

5.2.5. постоянное информационно-коммуникативное взаимодействие со СМИ;

5.2.6. определение и реализация мероприятий по формированию спроса на образовательные услуги, организация и проведение рекламных кампаний и мероприятий Public Relations и оценка их эффективности;

5.2.7. организация и проведение работ по развитию социального партнерства колледжа; заключение долгосрочных соглашений социального партнёрства с предприятиями/учреждениями города в вопросах профориентационной, рекламной работы и содействия в трудоустройстве;

5.2.8. организация просветительской работы с выпускниками школ и родителями по вопросам профессионального самоопределения. Активное использование официального сайта колледжа – www.nskcollege.ru (далее – «официальный сайт»), социальных сетей (Вконтакте, Instagram) в проведении профориентационной работы;

5.2.9. издание рекламных профориентационных материалов БУ «Нижевартовский строительный колледж» для формирования положительного имиджа рабочих профессий, востребованных на региональном рынке труда.

5.2.10. установление контрольных цифр приёма;

5.2.11. организация работы приёмной комиссии по приёму абитуриентов очной и заочной формы обучения;

5.2.12. содействие трудоустройству выпускников колледжа посредством обеспечения работы Центра содействия трудоустройству выпускников БУ «Нижевартовский строительный колледж»; развитие системы содействия трудоустройству и адаптации к рынку труда выпускников колледжа;

5.2.13. оценка качества оказываемых услуг и выявление неудовлетворенных потребностей реальных и потенциальных потребителей;

5.2.14. организация работ по созданию фирменного стиля колледжа;

5.2.15. создание положительного имиджа БУ «Нижевартовский строительный колледж» в сознании реальных и потенциальных потребителей,

включая позиционирование в Интернет на официальном сайте колледжа и в социальных сетях (Вконтакте, Instagram);

5.2.16. оперативное информационное обеспечение сотрудников колледжа, а также реальных и потенциальных потребителей;

5.2.17. организация работы по набору на программы профессионального обучения, дополнительного профессионального образования.

6. Структура и подразделения

6.1. Структура отдела определяется решаемыми задачами, выполняемыми функциями и отражается в штатном расписании.

6.2. Структура отдела утверждается директором колледжа.

6.2. Общее руководство отделом осуществляет заместитель директора, курирующий деятельность службы непрерывного профессионального образования.

6.3. Сотрудники отдела маркетинга действуют в соответствии с должностными инструкциями, подписываемыми директором колледжа и сотрудником. Все права и ответственность сотрудников определяются должностными инструкциями.

7. Функции

7.1. Для решения основных задач, указанных в п. 5.2., отдел выполняет следующие основные функции:

7.1.1 Организация процесса маркетинговых исследований и прогнозирования рынка:

7.1.1.1. анализ конкурентной ситуации, конкурентоспособности услуг и самого колледжа в г. Нижневартовске и Ханты-Мансийском автономном округе – Югре, анализ качества конкурирующих услуг, соотношение цены и качества, спроса и предложения на аналогичные виды услуг;

7.1.1.2. сегментирование рынка по типам и параметрам услуг, по целевым группам потребителей, по наличию и силе конкурентов. Выявление целевых аудиторий;

7.1.1.3. определение ёмкости рынка по сегментам в целом, в том числе в перспективе;

7.1.1.4. разработка и представление руководству прогнозов по конъюнктуре и емкости рынков образовательных услуг;

7.1.1.5. прогнозирование изменения соотношения между спросом и предложением на образовательные услуги и на этой основе прогнозирование цен на образовательные услуги;

7.1.1.6. систематическое наблюдение за рынками образовательных услуг и корректировка прогнозов;

7.1.1.7. сбор и анализ потребностей организаций и учреждений в выпускниках колледжа, исследование спроса на них;

7.1.1.8. создание и ведение баз данных по всем направлениям исследований.

7.1.2. Планирование ассортиментной политики:

7.1.2.1. организация обратной связи с потребителями: изучение мнения потребителей и их предложений по улучшению образовательных услуг;

7.1.2.2. анализ удовлетворённости работой в БУ «Нижевартовский строительный колледж» преподавателей и сотрудников; разработка рекомендаций по повышению лояльности преподавателей и сотрудников по отношению к колледжу;

7.1.2.3. исследование потребительских свойств образовательных услуг и сбор информации об удовлетворённости потребителей;

7.1.2.4. подготовка предложений и рекомендаций к плану набора на специальности и профессии, исходя из результатов изучения конъюнктуры рынка, нагрузки педагогического состава и спроса на конкретные виды образовательных услуг;

7.1.2.5. подготовка отчетов, информационных и аналитических материалов по вопросам конъюнктуры рынка и спроса на образовательные услуги, реализуемые в колледже;

7.1.2.6. оформление информационных стендов во всех корпусах колледжа.

7.1.3. Продвижение образовательных услуг и профориентационная работа:

7.1.3.1. определение объектов рекламы и сегментов рынка, на которых необходимо рекламировать услуги;

7.1.3.2. разработка плана проведения и реализация рекламных, корпоративных, специальных, профориентационных мероприятий и мероприятий по формированию общественного мнения о колледже;

7.1.3.3. организация и проведение мероприятий по формированию и стимулированию спроса;

7.1.3.4. анализ эффективности средств рекламы, информированность потребителя об услугах колледжа, определение степени влияния на потребителя;

7.1.3.5. выбор и применение наиболее эффективных методов проведения рекламы, учитывающей особенности рекламируемых услуг, а также особенности рынка;

7.1.3.6. разработка и представление на утверждение квартальных и годовых планов проведения рекламных кампаний БУ «Нижевартовский строительный колледж»;

7.1.3.7. организация рекламы при помощи средств массовой информации: газет, журналов, телевидения, радио;

7.1.3.8. осуществление прямой почтовой рекламы (плановых и разовых рассылок писем, бандеролей, посылок с информационными материалами);

- 7.1.3.9. организация участия колледжа во всероссийских и региональных выставках, ярмарках; подготовка необходимых документов и материалов для них;
- 7.1.3.10. обеспечение учебных корпусов постоянной рекламной поддержкой;
- 7.1.3.11. обеспечение учебных корпусов представительской рекламной продукцией;
- 7.1.3.12. обеспечение представителей колледжа, направляющихся в командировки, на выставки, ярмарки, рекламными проспектами и другой рекламной продукцией;
- 7.1.3.13. подготовка и заключение договоров с поставщиками и подрядчиками по проведению рекламных компаний, изготовлению рекламных материалов;
- 7.1.3.14. постоянная работа с вендорами по вопросам продвижения образовательных услуг;
- 7.1.3.15. изучение и анализ организации рекламы в аналогичных образовательных учреждениях в стране и за рубежом и разработка предложений по использованию передового опыта;
- 7.1.3.16. составление медиапланов, смет затрат на проведение рекламных мероприятий, и осуществление контроля за ее соблюдением;
- 7.1.3.17. составление отчетности по осуществлению рекламных мероприятий;
- 7.1.3.18. по результатам маркетинговых исследований разработка рекомендаций по созданию новых образовательных продуктов, по ценообразованию, по продвижению новых и существующих продуктов и услуг;
- 7.1.3.19. организация приёма абитуриентов в колледж согласно КЦП;
- 7.1.3.20. продвижение дополнительных платных услуг и всей приносящей доход деятельности;
- 7.1.3.21. организация набора слушателей на программы профессионального обучения (ПО) и дополнительного профессионального образования (ДПО): по программам подготовки, повышения квалификации, профессиональной переподготовки.
- 7.1.4. Формирование фирменного стиля и положительного имиджа БУ «Нижевартовский строительный колледж» в сознании реальных и потенциальных потребителей.
- 7.1.5. Управление маркетингом:
- 7.1.5.1. анализ, планирование, организация, отчетность и коррекция деятельности отдела по выявлению и удовлетворению запросов потребителей образовательных услуг с учётом целей и возможностей колледжа;
- 7.1.5.2. разработка ежегодного плана работы и перспективного плана развития отдела маркетинга;
- 7.1.5.3. разработка стратегий маркетинга на основе анализа конъюнктуры рынка, прогнозов развития и конкурентоспособности оказываемых услуг;

7.1.5.4. формирование предложения к контрольным цифрам, подготовка пакета документов и участие в конкурсе по установлению контрольных цифр приёма;

7.1.5.5. осуществление маркетингового контроля, в частности, за соблюдением избранных стратегий по каждой образовательной услуге, совершенствованию информационных связей между подразделениями колледжа.

7.1.5.6. формирование в ходе приемных кампаний личных дел абитуриентов и их передача в учебную часть;

7.1.5.7. заключение договоров на обучение по программам ПО и ДПО, формирование личных дел слушателей, ведение журнала регистрации договоров;

7.1.5.8. координация деятельности по курсовой подготовке незанятого населения (включая работу с Центрами занятости населения);

7.1.5.9. ведение делопроизводства в рамках своей компетенции, формирование и отправление/получение корреспонденции и другой информации по различным каналам связи;

7.1.5.10. ведение баз данных по приемной кампании в программе 1С: Колледж;

7.1.6. Исполнение функций Центра содействия трудоустройству выпускников БУ «Нижевартовский строительный колледж»:

7.1.6.1. организация работы с обучающимися колледжа в целях повышения их конкурентоспособности на рынке труда посредством профориентации, информирования о тенденциях спроса на специалистов их профиля, организация психологической поддержки;

7.1.6.2. сотрудничество с работодателями и социальными партнёрами колледжа;

7.1.6.3. мониторинг карьеры выпускников колледжа;

7.1.6.4. содействие трудоустройству выпускников колледжа;

7.1.6.5. реализация плана работы Цента содействия трудоустройству выпускников БУ «Нижевартовский строительный колледж».

7.2. Распределение функций между сотрудниками отдела маркетинга осуществляется в соответствии с должностными инструкциями.

8. Права

8.1. Отдел имеет права, необходимые для выполнения функций всего структурного подразделения:

8.1.1. получение необходимой для работы информации;

8.1.2. принятие решений по улучшению качества образовательных услуг;

8.1.3. использование услуг компьютерной и вычислительной техники колледжа;

8.1.4. обеспечение организационно-технических условий, необходимых для выполнения функций.

8.2. Руководитель отдела маркетинга имеет право:

8.2.1. распределять и организовывать работу отдела;

8.2.2. участвовать в установленном порядке в решении вопросов о подборе кадров, о приёме, перемещении и увольнении работников, представлять их к поощрению и взысканию;

8.2.3. вносить предложения по изменению структуры и штатов подразделения и совершенствованию его работы;

8.2.4. требовать надлежащего выполнения должностных обязанностей, норм трудового законодательства, правил внутреннего трудового распорядка от сотрудников и обучающихся колледжа;

8.2.5. получать необходимую для деятельности подразделения информацию, в том числе и конфиденциальную;

8.2.6. давать разъяснения, рекомендации и указания по вопросам, входящим в его компетенцию;

8.2.7. давать указания по конкретным вопросам с контролем исполнения этих указаний сотрудникам отдела;

8.2.8. обращаться устно и письменно к директору колледжа по вопросам устранения имеющихся в организации и осуществлении учебно-производственной и воспитательной работы в колледже недостатков и совершенствовании этой работы;

8.2.9. проверять качество работы должностных лиц отдела;

8.2.10. проводить в пределах своей компетенции в установленном порядке переговоры со сторонними организациями;

8.2.11. использовать средства, выделяемые на финансирование отдела, для проведения рекламных мероприятий, выставок, ярмарок, презентаций.

8.3. Сотрудники отдела имеют право:

8.3.1. на комфортные условия труда;

8.3.2. развитие и поддержание своей профессиональной квалификации;

8.3.3. вносить предложения по вопросам, входящим в их компетенцию, в виде проектов.

9. Ответственность

9.1. Всю полноту ответственности за качество и своевременность выполнения возложенных настоящим Положением на отдел задач и функций несёт руководитель отдела.

9.2. Ответственность работников отдела устанавливается действующим законодательством Российской Федерации и должностными инструкциями.

9.3. Руководитель и другие работники отдела несут персональную ответственность за соответствие оформляемых ими документов и операций с корреспонденцией законодательству Российской Федерации.

9.4. В отношении своей работы отдел в целом ответственен за:

9.4.1. своевременное выполнение отделом основных задач и функций, а также за поддержание установленного для результатов работы уровня качества;

9.4.2. полноту, достоверность и своевременность представляемой отделом информации;

9.4.3. рациональную организацию труда, правильность применения положений, инструктивных и технологических документов колледжа;

9.4.4. расстановку кадров, использование сотрудников в соответствии с их специальностью и квалификацией, определение стратегии;

9.4.5. соблюдение установленных правил внутреннего трудового распорядка, правил техники безопасности и др.;

9.4.6. коллективную ответственность отдела по защите информации за сохранность сведений, составляющих коммерческую тайну предприятия и контрагентов колледжа;

9.4.7. обеспечение прикрытия информации, имеющей конфиденциальный характер;

9.4.8. соблюдение правил и требований комплексной безопасности колледжа.

10. Взаимодействие со структурными подразделениями колледжа

10.1. Отдел маркетинга при необходимости координирует свою работу и взаимодействует со всеми подразделениями БУ «Нижевартовский строительный колледж».

11. Заключительные положения

11.1. Положение подлежит проверке на актуальность и переработке (по мере необходимости).

11.2. Решение о внесении изменений в Положение принимает Руководитель отдела маркетинга. Он формирует рабочую группу для подготовки текста изменения (при необходимости).

11.3. Внесение изменений, их регистрация и информирование об изменениях осуществляется в установленном порядке, в соответствии с ДП «Управление документацией».

11.4. Решение об отмене или переработке Положения принимается в следующих случаях:

11.4.1. в связи с изменением хода регламентируемого процесса, перераспределением функций и другими изменениями в действующей СМК;

11.4.2. при разработке нового документа взамен данного;

11.4.3. при внесении изменений, объем которых составляет более 50% текста.

Изменение №	Дата
-------------	------

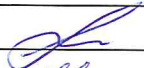





Приложение А

ЛИСТ РАССЫЛКИ
Положение об отделе маркетинга
БУ «Нижевартовский строительный колледж»

Должность	Фамилия, инициалы
Заместитель директора по учебно-производственной работе	Шевцова Ю.В.
Заместитель директора	Лукин С.В.
Заместитель директора по учебной работе	Житникова О.Н
Заведующий информационно - аналитическим отделением мониторинга и качества образования	Танкеева Е.А.
Юрисконсульт	Кузьмина Л.А.
Методист	Тартышная М.В.
Специалист по маркетингу	Худанова К.В.
Специалист по маркетингу	Мустафаева Г.Р.
Специалист по связям с общественностью	Меркушева А.И.

Приложение Б

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ
Положение об отделе маркетинга
БУ «Нижевартовский строительный колледж»

Должность	Фамилия, инициалы	Дата получения	Подпись
Заместитель директора	Лукин С.В.	21.01.2022	
Заместитель директора по учебной работе	Житникова О.Н	21.01.2022	
Заместитель директора по учебно-производственной работе	Шевцова Ю.В.	21.01.2022	
Заведующий информационно - аналитическим отделением мониторинга и качества образования	Танкеева Е.А.	21.02.2022	
Методист	Тартышная М.В.	21.02.2022	
Юрисконсульт	Кузьмина Л.А.	04.02.2022	

Изменение №

Дата

Приложение В

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ
Положение об отделе маркетинга
БУ «Нижевартровский строительный колледж»

Номер изменения	Номера листов			Основание для внесения изменений	Подпись	Расшифровка подписи	Дата	Дата введения изменения
	замененных	новых	аннулированных					