

Рассмотрено и принято
на заседании Управляющего совета
колледжа протокол № 2
от 16.03.2016 г.

УТВЕРЖДАЮ:
Директор ТОГБПОУ
«Строительный колледж»
_____ А. И. Ананьев
Приказ № 38 от 16.03.2016 г.

**Положение
о маркетинговой службе
ТОГБПОУ «Строительный колледж»**

1. Общие положения

- 1.1. Маркетинговая служба (далее служба) является самостоятельным подразделением ТОГБПОУ «Строительный колледж» (далее – Колледж) и подчиняется директору.
- 1.2. В своей деятельности служба руководствуется законодательством Российской Федерации и Тамбовской области, Уставом Колледжа, распоряжениями директора Колледжа, настоящим Положением.
- 1.3. Деятельность службы ориентирована на личность как единственного конечного потребителя образовательных и не образовательных услуг, на предприятиях и организациях, как потребителей услуг и трудовых ресурсов, на другие образовательные учреждения как потребителей маркетинговых услуг и различных научных, методических разработок в сфере образования.
- 1.4. Руководство деятельностью службы осуществляет заместитель директора по УПР, назначенный директором Колледжа.
- 1.5. Структура и штаты службы определяются приказом директора Колледжа, исходя из условий и особенностей производства, а также объема работ, возложенных на службу.
- 1.6. Служба осуществляет свою деятельность в сотрудничестве со всеми подразделениями Колледжа, реализующими образовательные и иные услуги, работы, товары.
- 1.7. Главная цель службы - обеспечение стабилизации и развития Колледжа путем выявления, формирования, эффективного удовлетворения потребностей образовательными и не образовательными услугами широкого круга потребителей.

2. Цели и задачи деятельности службы

- 2.1. Систематическое изучение, анализ и оценка рынков труда, образовательных услуг, а также рынков иных услуг и товаров, которые может производить Колледж; состояние рынков и перспектив их развития.
- 2.2. Выявление потенциальных потребителей продукции Колледжа в товарах и услугах образовательного и не образовательного характера.
- 2.3. Определение возможности Колледжа по удовлетворению запросов потребителей.
- 2.4. Приспособление производства к требованиям потребителей.
- 2.5. Разработка и реализация образовательных программ.
- 2.6. Информирование населения, социальных партнеров, общественности о целях, задачах, деятельности Колледжа, создание его привлекательного имиджа во внешней среде.
- 2.7. Определение приоритетов финансирования, привлечение инвестиций для развития Колледжа.
- 2.8. Изучение деятельности конкурентов, стратегии и тактики их воздействия на покупателей (рекламы, ценовой политики, других методов конкурентной борьбы).
- 2.9. Изучение деятельности конкурентов, стратегии и тактики их воздействия на покупателей (рекламы, ценовой политики, других методов конкурентной борьбы).

3. Виды деятельности службы

- 3.1. Изучение, анализ и оценка рыночной ситуации и конъюнктуры и вытекающих из нее возможностей для Колледжа.
- 3.2. Выявление, оценка и отбор целевых рынков, разработка предложений по освоению новых сегментов рынка.
- 3.3. Разработка комплекса маркетинга для Колледжа.
- 3.4. Разработка предложений для руководства Колледжа по маркетинговым решениям, мероприятиям и по их осуществлению.
- 3.5. Изучение и анализ результатов и эффективности, принятых и реализованных маркетинговым

мероприятиям.

3.6. Анализ конкурентной ситуации, конкурентоспособности продукции и самого Колледжа прогнозирование конъюнктуры спроса и предложения.

3.7. Разработка стратегии, адекватных ей планов и программ действий в отношении качества, ассортимента и сервиса продукции, ценообразование, реклама и других форм коммуникаций на рынке образовательных и не образовательных услуг, продвижения и продаж продукции.

4. Права и обязанности службы

4.1. Служба имеет право вносить предложения на разработку и корректировку планов и программ, включая содержание, сроки и способы выхода на рынок и поведения на нем.

4.2. Право на проведение экспериментов и другие способы получения рыночной информации на разработку и контроль выполнения рекомендаций в адрес научно-исследовательских, учебных, методических и других подразделений Колледжа, производящих образовательные и не образовательные услуги и обеспечивающих их продвижения и продажу на рынке.

4.3. Права и обязанности работников службы определяются Уставом Колледжа, Правилами внутреннего трудового распорядка, тарифно-квалификационными характеристиками по общеотраслевым должностям рабочих и служащих, тарифно-квалификационными характеристиками работников учреждений образования и должностными инструкциями.

5. Ответственность

5.1. Служба несет ответственность за обеспечение руководства Колледжа и заинтересованных подразделений необходимой и достоверной маркетинговой информацией, результатами анализа.

5.2. За координацию планов и программ действий, их соответствие избранной стратегии, за своевременное обновление ассортимента, сервисную, ценовую, коммуникационную и сбытовую политику.

5.3. Оценка эффективности работы службы осуществляется один раз в год.

6. Реорганизация и ликвидация службы

6.1. Деятельность Службы может быть прекращена путем реорганизации или ликвидации, которые осуществляются приказом директора Колледжа и внесением соответствующих изменений в штатное расписание.