

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ ДАГЕСТАН**  
**ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ**  
**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ РЕСПУБЛИКИ ДАГЕСТАН**  
**«КОЛЛЕДЖ СТРОИТЕЛЬСТВА И ДИЗАЙНА»**

**РАССМОТРЕНО**

Педагогическим советом колледжа  
Протокол № 1 от 28.08.2019г.



**УТВЕРЖДЕНО**

Приказом ГБПОУ РД «КСД»  
№ 8 от 29.08.2019г.

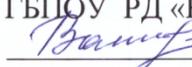
**ПОЛОЖЕНИЕ**

**О маркетинговой деятельности ГБПОУ РД**  
**«Колледж строительства и дизайна»**

**СОГЛАСОВАНО**

Председатель профкома  
ГБПОУ РД «КСД»  
 Г. Магомедов

**СОГЛАСОВАНО**

Совет старост  
ГБПОУ РД «КСД»  
 А. Вихляева

## **1. Общие положения**

Маркетинговая деятельность является неотъемлемой частью деятельности учебного заведения.

## **2. Задачи**

2.1 Разработка и проведение маркетинговой стратегии колледжа (комплексной системы мероприятий по планированию, профессиональной ориентации потенциальных потребителей образовательных услуг колледжа по перечню профессий и специальностей, формам обучения, реализуемым колледжем).

2.2 Анализ изменений во внешней и внутренней среде, разработка конкурентных преимуществ и адаптация к изменениям, изучение запросов и требований работодателей.

2.3 Разработка предложений и рекомендаций по совершенствованию учебного процесса, включение в него инновационных и информационных методик и технологий.

2.4 Реализация задач внутреннего маркетинга. Разработка системы мотиваций для персонала и маркетинговой стратегии колледжа по персональному участию каждого сотрудника, конкретному позиционированию в достижении намеченных целей, что является конкурентным преимуществом колледжа.

2.5 Анализ качества специалистов, выпускаемых аналогичными профессиональными образовательными учреждениями, соотношение затрат, спроса и предложения.

2.6 Исследование существующего спроса на специалистов, выпускаемых колледжем.

2.7 Прогнозирование объема приема студентов в колледжа по предлагаемым специальностям и профессиям, формирование потребительского спроса на услуги колледжа. Создание положительного имиджа колледжа.

## **3. Функции**

3.1 Организация работ по проведению маркетинговых исследований: изучение тенденций развития рынка труда, установление и поддержание обратной связи с потенциальными работодателями.

3.2 Всесторонний анализ рынка образовательных услуг, выводы о перспективах развития отраслей промышленности, динамики доходов населения, привлекательности специальностей и профессий с точки зрения развития платных образовательных услуг.

3.3 Участие в проведении выставок, аукционов, ярмарок учебных мест, выставок-продаж продукции колледжа. Разработка и внедрение новых форм реализации продукции, информирование потенциальных покупателей продукции колледжа и расширение рынка сбыта.

3.4 Участие в создании и развитии системы информационно-рекламного обеспечения образовательных услуг колледжа. Разработка стратегии проведения рекламных мероприятий в средствах массовой информации. Участие в изготовлении и распространении буклетов, информационно-рекламной литературы о колледже.

3.5 Рассмотрение и анализ поступающих от работодателей претензий. Контроль за своевременным устранением недостатков.

Подготовка предложений и рекомендаций по устранению недостатков и повышению качества подготовки специалистов.

3.6 Содействие трудоустройству выпускников колледжа.

3.7 Участие в работе приемной комиссии.

#### **4. Права**

4.1 Запрашивать от служб колледжа информацию, документы (сведения, планы, отчеты, договоры и т.п.), необходимые для проведения работы входящей в компетенцию специалиста по маркетингу.

4.2 Вносить предложения руководству колледжа по разработке и организации открытия новых перспективных профессий, специальностей.

4.3 Устанавливать круг приоритетных вопросов, требующих оперативного решения.

4.4 Вносить предложения руководству колледжа о проведении научно-исследовательских работ в области маркетинга, внедрения современных методов сертификации и контроля качества подготовки рабочих и специалистов.

4.5 Представительствовать от имени колледжа по вопросам, относящимся к компетенции специалиста в других организациях. Проводить и участвовать в совещаниях, семинарах, конференциях.

4.6 Давать рекомендации и разъяснения по вопросам маркетинга.

#### **5. Заключительные положения**

5.1 Настоящее положение вступает в силу с момента утверждения директором колледжа.

5.2 При изменении законодательства в Положение вносятся изменения в установленном законом порядке.

5.3 С настоящим Положением должны быть ознакомлены обучающиеся колледжа и их родители (законные представители), абитуриенты и их родители (законные представители).

5.4 Ознакомление с условиями настоящего Положения производится путем размещения данной информации на сайте колледжа.

5.5 Контрольный экземпляр настоящего положения хранится в сборнике локальных актов.

5.6 Электронная копия настоящего положения размещена на официальном сайте колледжа.