

Управление образования и науки Тамбовской области

ТОГБПОУ «Аграрно-технологический техникум»

Утверждаю

Директор ТОГБПОУ

«Аграрно-технологический техникум»



/Г.И.Мовчко

2016 год

План работы службы маркетинга и содействия трудоустройству выпускников

ТОГБПОУ «Аграрно-технологический техникум»

на 2016-2017 учебный год

Пос.с/з Селезневский

2016

В соответствии с требованиями современного рынка образовательных услуг, а так же для наиболее полного удовлетворения потребностей общества, коммерческих организаций и частных лиц в образовательных услугах, ТОГБПОУ «Аграрно-технологический техникум» создана маркетинговая служба техникума.

Цели службы маркетинга и содействия трудоустройству выпускников:

- систематическое изучение, анализ и оценка рынка труда, образовательных услуг, а также рынков иных услуг, которые может производить техникум;
- прогнозирование изменений спроса на рынке образовательных услуг и планирование предложения образовательных услуг;
- выявление потенциальных потребителей техникума в услугах образовательного характера;
- определение возможности техникума по удовлетворению запросов потребителей;
- разработка и реализация образовательных программ;
- информирование населения, социальных партнеров, общественности о целях, задачах, деятельности техникума, создание его привлекательного имиджа во внешней среде; -изучение деятельности конкурентов, стратегии и тактики их воздействия на покупателей (рекламы, ценовой практики, других методов конкурентной борьбы).

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

Оперативная цель маркетинговой службы техникума: профессиональная ориентация, адаптация выпускников на рынке труда.

Задачи службы маркетинга и содействия трудоустройству выпускников техникума:

1 Исследование рынка:

- анализ спроса - потребностей в высококвалифицированных специалистах;
- анализ конкурентов (наличие аналогичного предложения образовательных услуг в техникуме и других образовательных учреждений, оценка сроков, объема и качества выпуска, влияние конкурентов на позиции учреждения);
- анализ прочих внешних факторов: экономическая и социальная обстановка в регионе и стране, появление нормативных и правовых документов, регламентирующих деятельность техникума, кадровых служб, служб занятости и т.д.;
- анализ внутренних факторов техникума: выявления текущего потенциала учреждения, неиспользованных возможностей, способов и стоимость их задействования, альтернатив развития и пути их осуществления.

2. Разработка маркетинговой стратегии управления техникума:

- совместное с руководством техникума определение целей и стратегий развития учреждения среднего профессионального образования;
- предоставление разработанного пакета руководству техникума;
- на основе принятых в результате обсуждения с руководством решений вырабатывается глобальная стратегия учреждения, составляется древо локальных перемен, разрабатывается план ее воплощения;
- разработка совокупности мероприятий для достижения целей программы маркетинга техникума;
- разработка бюджета службы маркетинга и содействия трудоустройству выпускников и рекламы;
- определение сроков ответственных за отделение позиции выполнения плана.

3. Осуществление плана службы маркетинга и содействия трудоустройству выпускников.

4. Осуществление процесса оценки результатов реализации стратегии маркетинга техникума, итогового уровня достижения маркетинговой цели.

№ п/п	Сроки	Наименование мероприятий	Ответственный
1. Маркетинговые исследования			
1	Сентябрь	Составление плана работы службы маркетинга;	Специалист по маркетингу
2	В течение года	Формирование связей с общественностью и прессой, обеспечение благоприятного имиджа техникума;	Специалист по маркетингу
3	В течение года	Обновление сайта техникума.	Инженер-программист
2. Исследование рынка труда			
1	В течение года	Анализ спроса потребностей высококвалифицированных специалистов;	Специалист по маркетингу
2	В течение года	Анализ конкурентов (наличие аналогичного предложения образовательных услуг в техникуме и других образовательных учреждений, оценка сроков, объема и качества выпускников, влияние конкурентов на позиции учреждения);	Специалист по маркетингу
3	В течение года	Анализ прочих внешних факторов: экономическая и социальная обстановка в регионе и стране, появление нормативных и правовых документов, регламентирующих деятельность техникума, кадровых служб, служб занятости и т. д.;	Специалист по маркетингу
4	В течение года	Анализ внутренних факторов техникума: выявление текущего потенциала учреждения, неиспользованных возможностей, способов и стоимость их задействования, альтернатив развития и пути их осуществления.	Специалист по маркетингу
3. Профорientационная деятельность			
1	Февраль-май	Организация профорientационной работы с образовательными учреждениями начального профессионального образования;	Специалист по маркетингу
2	Ежеквартально в течение года	Проведение маркетингового исследования запросов потребителей образовательных услуг, определение рейтинга специальностей;	Специалист по маркетингу
3	Ежеквартально в течение года	Мониторинг изменений рынка труда;	Специалист по маркетингу
4	В течение года	Уточнение контингента учащихся 9-11	Специалист по связям с

		классов школ районов и области;	общественностью
5	Апрель	Дни открытых дверей.	Специалист по маркетингу; Заведующий отделением; Зам. директора по учебной работе; Зам. директора по воспитательной работе.
6	В течение года	Мониторинг деятельности трудоустройства выпускников техникума на 2015-2016 г.	Специалист по маркетингу; Заведующий отделением; Зам. директора по учебной работе; Кураторы.
7	Апрель-май	Экскурсии выпускников к работодателям	Специалист по маркетингу; Заведующий отделением; Зав. учебно-производственной практикой.
8	Февраль-июнь	Проведение анкетирования студентов выпускных групп с целью ознакомления профессиональных намерений выпускников	Специалист по маркетингу; Кураторы
9	Февраль-июнь	Составление базы данных по студентам выпускных групп	Специалист по маркетингу;

4. Трудоустройство выпускников

1	В течение года	Проведение тренинговых занятий с выпускниками техникума по проблемам трудоустройства	Психолог
2	Систематически	Выявление не трудоустроенных выпускников, проведение работы по их трудоустройству	Специалист по маркетингу;
3	В течение года	Создание банка вакансий для выпускников	Специалист по маркетингу;
4	Октябрь, Февраль, Апрель	Участие в акциях «Ярмарка вакансий», проводимых центром занятости населения Тамбовской области	Специалист по маркетингу;
5	Сентябрь-декабрь	Знакомство студентов с энциклопедией содействия трудоустройству «От абитуриента до специалиста. Построение успешной карьеры»	Специалист по маркетингу;
6	Январь-июнь	Размещение резюме в автоматизированной информационной системе содействия трудоустройству выпускников учреждений профессионального образования (АИСТ)	Специалист по связям с общественностью; Инженер-программист

7	Январь-июнь	Проведение групповых профконсультаций на предмет трудоустройства и социально-профессиональной адаптации выпускников	Кураторы, Специалист по маркетингу;
8	В течение года	Размещение информации по трудоустройству выпускников на сайте техникума	Инженер-программист
9	Январь-март	Формирование информационной базы данных по выпускникам	Специалист по маркетингу;
10	В течение года	Размещение информации о вакансиях на информационном стенде	Специалист по маркетингу;
11	В течение года	Анализ профессиональных намерений студентов выпускных групп	Специалист по маркетингу;
12	В течение года	Организация стажировок выпускников техникума	Специалист по маркетингу; Специалист по кадрам;
13	В течение учебного года по графику учебного процесса	Проведение организационных собраний в группах по распределению студентов на производственную (профессиональную) практику в предприятиях и учреждениях области.	Кураторы; Зав. учебно-производственной практикой.
14	В течение года	Участие в региональных и всероссийских конкурсах, связанных с трудоустройством выпускников: -разработка проектов; -творческих работ; -докладов и рефератов.	Специалист по маркетингу;
15	Июнь	Анализ и подведение итогов работы по трудоустройству выпускников. Подготовка отчетов.	Специалист по маркетингу;

5. Сотрудничество с социальными партнерами

1	В течение года	Поддерживание тесных связей с управлением образования и науки Тамбовской области, управлением службы занятости населения Тамбовской области, управлением сельского хозяйства области и районов, региональным объединением работодателей Тамбовской областной торгово-промышленной палаты	Специалист по кадрам; Администрация техникума; Специалист по маркетингу;
2	По графику учебного процесса	Заключение договоров сотрудничества по совместной подготовке кадров с руководителями предприятий и учреждений: -для прохождения учебной практики, практики по профилю специальности, преддипломной практики. -для прохождения стажировки.	Администрация техникума; Специалист по кадрам; Специалист по маркетингу;
3	январь-июнь	Проведение мероприятий в рамках Дней науки с приглашением работодателей	Председатели ЦК

4	Июнь	Содействовать участию работодателей в проведение выпускного вечера	Зам. по воспитательной работе; Специалист по связям с общественностью;
5	В течение года	Сотрудничество с предприятиями и организациями по информированию о выпуске специалистов	Специалист по связям с общественностью;
6	В течение года	Определение круга потенциальных работодателей	Специалист по связям с общественностью;

Специалист маркетингу

Добрынина Е.В.