

Управление образования и науки Тамбовской области

Тамбовское областное государственное бюджетное образовательное учреждение среднего профессионального образования «Аграрно-технологический техникум» (ТОГБОУ СПО «Аграрно-технологический техникум»)



## ПОЛОЖЕНИЕ

21.11.2014

пос. совхоза «Селезневский»

о Службе маркетинга и содействия трудоустройству выпускников в Тамбовском областном государственном бюджетном образовательном учреждении среднего профессионального образования «Аграрно-технологический техникум»

### 1. Общие положения

1.1. Служба маркетинга и содействия трудоустройству выпускников (далее Служба) является структурным подразделением ТОГБОУ СПО «Аграрно-технологический техникум».

1.2. В своей деятельности Служба руководствуется Конституцией Российской Федерации, законодательством Российской Федерации и Тамбовской области, Типовым положением об образовательном учреждении среднего профессионального образования (среднем специальном учебном заведении), утвержденном постановлением Правительства Российской Федерации от 18 июля 2008 г. № 543, Устава техникума, других нормативных правовых актов и настоящего Положения.

1.3. Служба осуществляет свою работу во взаимодействии с другими структурными подразделениями техникума и социальными партнерами.

### 2. Цели и задачи службы

2.1. Основной целью деятельности службы является создание эффективной системы получения маркетинговой информации, принятие на её основе управленческих решений и координация их исполнения для достижения техникумом поставленных целей.

2.2. Задачи Службы.

2.2.1. Сотрудничество с организациями (предприятиями), выступающими в качестве работодателей для выпускников.

2.2.2. Исследования рынка:

- анализ спроса – потребностей организаций (предприятий) в кадрах как открыто заявленной (объявления, заявки в службе занятости), так и скрытой (планы по открытию новых направлений спроса);
- анализ образовательных услуг в техникуме;

- анализ внешних факторов: экономическая и социальная обстановка в регионе и стране, появление нормативных и правовых документов, регламентирующих деятельность СПО, кадровых служб, служб занятости;

- анализ внутренних факторов техникума: выявления текущего потенциала техникума, неиспользованных возможностей, способов их задействования, альтернатив развития и пути их осуществления;

2.2.3. Разработка маркетинговой стратегии управления техникума.

- совместное с руководством определение целей и стратегий развития техникума;

- составление пакета альтернативных стратегий и бюджетов развития техникума, выявление ключевых внутренних и внешних проблем техникума;

- на основе принятых, в результате обсуждения с руководством, решений вырабатывается стратегия учреждения, разрабатывается план ее воплощения;

- разработка совокупности мероприятий для достижений целей программы маркетинга техникума;

- разработка печатной продукции (буклетов, проспектов) и рекламы.

2.2.4. Организация и осуществление взаимодействия со школами и образовательными учреждениями среднего общего, начального профессионального образования.

2.2.5. Обеспечение формирования контингента студентов по специальностям техникума.

2.2.6. Координирование профориентационной работы подразделений техникума.

### **3. Основные направления деятельности**

3.1. Разработка порядка мониторинга текущих и перспективных потребностей рынка труда в специалистах со средним профессиональным образованием.

3.2. Разработка механизма согласования объемов и профессионально-квалификационной структуры подготовки специалистов.

3.3. Маркетинговые исследования рынка труда и рынка образовательных услуг:

- требований работодателей к уровню квалификации специалистов;

- оценки работодателями качества образования специалистов

- открытие новых профессий, направлений подготовки в соответствии с потребностями рынка труда Тамбовской области.

3.4. Реализация мер по развитию информационной системы по содействию трудоустройства выпускников:

- предоставление информации о количестве выпускников техникума по различным направлениям кадровым службам области.

- разработка предложений по вопросам содействия трудоустройству молодых специалистов;

- оказание содействия в заключение договоров с организациями (предприятиями) области.

3.5. Разработка эффективных моделей организации производственной практики студентов техникума.

3.6. Сбор, анализ и представление выпускникам информации о состоянии рынка труда, о требованиях работодателя, предъявляемых к соискателю рабочего места, информации в сфере занятости.

3.7. Распределение выпускников в соответствии с заявками работодателей.

3.8. Проведение профориентационной работы техникума.

3.9. Создание страницы Службы на сайте техникума.

#### **4. Структура и организация работы**

4.1. Членами Службы являются заведующий учебно-производственной практикой, заведующий учебной частью, заведующие отделениями, методист, инженер - программист, педагог-психолог, специалист по кадрам.

4.2. Служба совместно с другими структурами техникума проводит следующие мероприятия:

- презентация специальностей;
- участие в проведении ярмарок-вакансий, ярмарках профессий и специальностей;
- анкетирование работодателей по изучению предложений по повышению требований к уровню квалификации выпускников;
- анкетирование студентов по вопросам трудоустройства;
- профориентационные диагностики школьников по их самоопределению в профессии;
- проведение адаптационных тренингов;
- консультирование выпускников по тактике поиска работы, написание резюме;
- совещания, семинары по трудоустройству, профориентационной работе;
- профессиональных консультаций с учащимися образовательных школ и интернатных учреждений;
- организация рекламной компании в средствах массовой информации (радио, телевидение, печатные издания) по организации нового набора студентов;
- разработка проектов по созданию субъектов малого предпринимательства.

#### **5. Управление службой**

5.1. Руководителем Службы маркетинга и содействия трудоустройству выпускников является специалист по маркетингу, который назначается и освобождается от должности директором техникума.

5.2. Руководитель осуществляет руководство ее деятельностью.

#### **6. Права службы**

6.1. Разрабатывать анкеты, опросы, тесты и проводить социологические исследования в учебных группах, в классах.

6.2. Привлекать к маркетинговым исследованиям руководителей и студентов.

6.3. Выходить на социальных партнеров с целью получения информации.

6.4. Обсуждать результаты работы Совета на заседаниях совета техникума, педсовета, структурных подразделений.

6.5. Разрабатывать предложения по совершенствованию качества подготовки и уровня занятости выпускников техникума.

6.6. Ходатайствовать о поощрении преподавателей и студентов за активное участие проведения маркетинговых исследований.