	Министерство образования и науки Хабаровского края Краевое государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «ХАБАРОВСКИЙ АВТОМЕХАНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ» (КГБ ПОУ ХАМК)		
	Наименование документа: Положение о работе маркетинговой группы Условное обозначение:	Редакция №2 Изменение №0	Лист 1 из 3 Экз. №

РАССМОТРЕНО

на заседании Педагогического Совета Колледжа

Протокол от «08» 07 2020 № 04



УТВЕРЖДАЮ

И. о. директора КГБ ПОУ ХАМК

О.П. Бодманов

2020 №

ПОЛОЖЕНИЕ о работе маркетинговой группы краевого государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения «Хабаровский автомеханический колледж»

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение (далее - Положение) о маркетинговой группе краевого государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения «Хабаровский автомеханический колледж» (далее – колледж) разработано в соответствии с:

- Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (ред. от 31.07.2020);
- Конституцией Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ);
- иными нормативными, законодательными актами Российской Федерации и Хабаровского края;
- Уставом КГБ ПОУ ХАМК.

1.2. Положение определяет основные направления и содержание деятельности маркетинговой группы.

1.3. Маркетинговая группа (далее – группа) создается в составе «Центра приема, профориентации и трудоустройства студентов» с целью организации и проведения маркетинговых исследований по запросам подразделений колледжа.


1.4. Группа отвечает за разработку плана действия по проведению маркетинговых исследований, за сбор и обработку информации по заданным направлениям для совершенствования дальнейшей работы подразделений колледжа в целом.

1.5. Руководитель группы назначается распоряжением заместителя директора по учебной работе.

1.6. В своей деятельности участники группы руководствуются законодательство РФ, приказами директора колледжа, решениями педагогических и методических советов, распоряжениями заместителя директора по учебной работе, а также настоящим Положением.

2. Цели и задачи деятельности группы

2.1. Целью создания группы является проведением маркетинговых исследований по запросам подразделений колледжа для разработки стратегии развития колледжа и

	Министерство образования и науки Хабаровского края Краевое государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «ХАБАРОВСКИЙ АВТОМЕХАНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ» (КГБ ПОУ ХАМК)		
	Наименование документа: Положение о работе маркетинговой группы Условное обозначение:	Редакция №2 Изменение №0	Лист 2 из 3 Экз. №

повышения его конкурентоспособности на рынке образовательных услуг.

2.2. Задачи Группы:

2.2.1. Координация исследований, проводимых колледжем;

2.2.2. Анализ потребностей регионального рынка образовательных услуг и рынка труда;

2.2.3. Подготовка предложений для формирования государственного заказа согласования контрольных цифр приема;

2.2.4. Внесение предложений по повышению качества подготовки выпускников колледжа в связи с запросами работодателей;

2.2.5. Мониторинг выпуска специалистов колледжа в разрезе направлений подготовки и специальностей.

3. Порядок функционирования группы

3.1. Группа осуществляет свою деятельность во взаимодействии со всеми структурными подразделениями колледжа.

3.2. Группа планирует свою деятельность по запросам структурных подразделений колледжа и исходя из задач, поставленных на учебный год. В конце учебного года группой составляется отчет о выполненной работе.

3.3. Заседания группы проводятся по мере необходимости.

3.4. Группа имеет права организовывать обучающие семинары, конференции, собрания и другие формы распространения опыта работы по организации маркетинговых исследований.

3.5. В пределах своих полномочий группа принимает решения, разрабатывает рекомендации, а также:


- определяет проблемы, связанные с оказанием образовательных услуг;
- получение первичной информации (внешней и внутренней);
- проведение анализа вторичной информации (внешней и внутренней);
- проведение анализа данных, характеризующих рынок рассматриваемых услуг;
- формирование рекомендаций по результатам проведенного анализа;
- использование результатов маркетингового исследования.

3.6. Выявление сильных и слабых сторон конкурентов по:

- качеству оказываемых образовательных услуг;
- ценовой политике;
- продвижению образовательных услуг;
- сбытовой политике;
- послепродажному обслуживанию;
- формам осуществления расчетов: «живыми» деньгами, предоплата, в рассрочку.

3.7. Проведение анализа финансового состояния учреждения и эффективности финансового управления, который включает:

- анализ издержек, их структуры и динамики;
- анализ выручки от реализации образовательных услуг, прибыли (в том числе внереализационных прибылей и убытков), рентабельности;

	Министерство образования и науки Хабаровского края Краевое государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «ХАБАРОВСКИЙ АВТОМЕХАНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ» (КГБ ПОУ ХАМК)		
	Наименование документа: Положение о работе маркетинговой группы Условное обозначение:	Редакция №2 Изменение №0	Лист 3 из 3 Экз. №

- анализ соотношения темпов роста физического объема услуг, роста оплаты труда выручки от реализации образовательных услуг;
- анализ эффективности ценовой политики;
- анализ кредиторской и дебиторской задолженности учреждения, выявление безнадежных долгов;

3.8. Проведение анализа эффективности существующей организационной структуры учреждения и ее соответствия направлениям деятельности учреждения.

3.9. Выявление сильных и слабых сторон образовательного учреждения относительно своих конкурентов по следующим направлениям:

- маркетинг (рыночная деятельность учреждения, ценовая политика, продвижение услуг, организация сбыта, уровень платежеспособного спроса и т.д.);
- производство (состояние и уровень использования существующих мощностей, производительность, технологическая структура, наличие потребителей образовательных услуг по доступной цене и приемлемого качества и т.д.);
- НИОКР (исследовательская деятельность, «ноу-хау», патенты, лицензии и т.д. новые разработки, оформленные патентами, авторскими свидетельствами и т.д.);
- финансы (капитал и его структура, показатели рентабельности, ликвидности, устойчивости, оборачиваемости и т.д.), состояние расчетов и платежей;
- кадровый состав (профессионально - квалификационный состав работников учреждения, мотивация к трудовой деятельности, взаимоотношения в коллективе, социальное партнерство, социальные льготы, пособия и т.д.);
- управление и организация (организационная структура учреждения, информационные потоки, планирование и контроль, финансовый менеджмент и т.д.).

4. Заключительные положения

- 4.1. Настоящее Положение вступает в силу с момента его утверждения.
- 4.2. Изменения и дополнения в настоящее положение вносятся по мере необходимости и утверждаются директором колледжа.
- 4.3. Срок данного положения не ограничен. Положение действует до принятия нового.

СОГЛАСОВАНО:

Заместитель директора по УР
 Заместитель директора по ВР
 Юриисконсульт

Лазаревичева

Сидорова
Сидорова
Сидорова

О.П. Чернышенко
 О.Л. Коваленко
 Т.А. Гнатовская

О.В. Романов

СОГЛАСОВАНО: Совет колледжа протокол № 04 от 02.07 2020 года.

Председатель профсоюза

Сидорова

А.Л. Ковшик