

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Кушнаренковский сельскохозяйственный колледж

Рассмотрено

на заседании педагогического
совета ГБПОУ КСХК

Протокол № 2 от «30» 11 20 21 г.



Утверждаю

И.о.директора ГБПОУ КСХК

Р.В.Нургалиев

ПОЛОЖЕНИЕ

**о Службе маркетинга и содействия трудоустройству выпускников
ГБПОУ КСХК**

020620227

1. Общие положения

1.1. Служба маркетинга и содействия трудоустройству выпускников (далее Служба) введена для функционирования системы профессионального образования в соответствии с требованиями современного рынка образовательных услуг, удовлетворения потребностей общества, образовательных учреждений и частных лиц в образовательных услугах.

1.2. Настоящее положение основывается на Конституции Российской Федерации, Республики Башкортостан, в соответствии с Федеральным Законом РФ от 29.12.2012 г № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», рекомендации Министерства образования Российской Федерации «Примерное положение о центре содействия занятости учащейся молодежи и трудоустройству выпускников учреждений профессионального образования», других законах и иных нормативно правовых актах РФ и РБ.

Введение системы маркетинга означает переход на рыночно ориентированную систему предоставления услуг учреждением профессионального обучения.

1.3. Служба является структурным подразделением колледжа, не является юридическим лицом и не имеет самостоятельного баланса.

1.4. Служба осуществляет свою работу во взаимодействии с другими структурными подразделениями колледжа и социальными партнерами: кадровые службы учреждений, общественные организации, другие образовательные заведения и работодатели.

2. Цели и задачи Службы

2.1. Основной целью деятельности Службы является содействие трудоустройству выпускников колледжа.

2.2. Для достижения этой цели Служба осуществляет следующие задачи:

- сотрудничество с учреждениями, выступающими в качестве работодателей для выпускников;
- организацию временной занятости студентов;
- взаимодействие с местными органами власти, в том числе с территориальными органами государственной службы занятости населения, общественными организациями и объединениями, заинтересованными в улучшении положения обучающихся и выпускников на рынке труда, в качестве временной и постоянной рабочей силы;
- сбор, обобщение, анализ и предоставление обучающимся информации о состоянии и тенденциях рынка труда, о требованиях, предъявляемых к соискателю рабочего места, формированием банка данных вакансий, предлагаемых работодателями по соответствующим специальностям;
- повышение уровня конкурентоспособности и информированности обучающихся и выпускников о состоянии и тенденциях рынка труда с целью обеспечения максимальной возможности их трудоустройства;

- анализ внутренних факторов образовательного учреждения: выявление текущего потенциала колледжа, неиспользованных возможностей, способов и стоимости их задействования, альтернатив развития и пути их осуществления;

- проведение организационных мероприятий (ярмарок вакансий, встречи со специалистами, дни открытых дверей и т.д.);

2.3. Разработка маркетинговой стратегии управления колледжа:

- совместное с руководством определение целей и стратегий развития колледжа;

- составление пакета альтернативных стратегий и бюджетов развития колледжа, выявление ключевых внутренних и внешних проблем образовательного учреждения;

- разработка совокупности мероприятий для достижений целей программы маркетинга колледжа;

- определение сроков, ответственных за отдельные позиции выявления плана.

3. Основные направления деятельности

3.1. Разработка порядка мониторинга текущих и перспективных потребностей рынка труда в специалистах, выпускаемых колледжем.

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;
- лицензирование новых профессий, направлений подготовки в соответствии с потребностями рынка труда РБ, по ТОП-50.

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

- Создание и сопровождение страницы службы на сайте колледжа;
- Предоставление студентам, выпускникам колледжа необходимой информации по вопросам занятости, оказание помощи в приобретении навыков поиска работы.

- Проведение совещаний – круглых столов с участием социальных партнеров.

- Организация встреч будущих молодых специалистов с работодателями.

- Создание постоянно обновляющегося собственного банка данных предприятий с предлагаемыми вакансиями по рабочим профессиям.

- Работа с абитуриентами, выпускниками и работодателями;
- Информационно-аналитическая работа;
- Формирование базы данных работодателей и выпускников;
- Организация тренингов профессионального самоопределения, самопрезентации, развития навыков делового общения;

- Организация консультаций по эффективным технологиям трудоустройства;
- Тестирование (профориентационное/ психологическое /профессиональное);
- Организация связи с общественностью и государственными структурами, реклама;
- Организация рекламно-информационных мероприятий.
- Обеспечение получения студентами рабочих профессий (причем с этого учебного года обязательными для получения станут две).
- Взаимодействие с органами государственной службы занятости осуществляется посредством ежегодных встреч выпускников колледжа с руководителями и специалистами данных служб.
- Участие в профориентационной работе.
- Организация участия обучающихся колледжа в научно-технических конференциях молодежи, проводимых предприятиями-работодателями.
- Проводится изучение необходимости содействия в трудоустройстве путем проведения опросов выпускников.
- 3.5. Разработка эффективных моделей организации производственной практики обучающихся колледжа.
- 3.6.Сбор, анализ и представление выпускникам информации о состоянии рынка труда, о требованиях работодателя (профстандартов), предъявляемых к соискателю рабочего места. Информации в сфере занятости.
- 3.7. Индивидуальная работа с обучающимися и выпускниками по вопросам профориентации, трудоустройства и временной занятости.
- 3.8. Распределение выпускников в соответствии с заявками организаций.

4. Структура и организация работы

- 4.1. Членами Службы являются: заместитель директора по производственному обучению, заведующий отделениями; педагог-психолог.
- 4.2.Служба осуществляет свою деятельность совместно с Министерством образования и науки РБ, кадровыми службами работодателей, службами занятости.
- 4.3. Служба совместно с другими структурами колледжа проводит следующие мероприятия:
 - презентация специальностей;
 - презентация предприятий работодателей;
 - организация и проведение ярмарок вакансий;
 - проведение анкетирования работодателей по изучению предложений повышению требований к уровню квалификации выпускников;
 - совещания-семинары по временному и постоянному трудоустройству;
 - организация и составление отчетности (административной, статистической);
 - проведение анкетирования студентов по вопросам трудоустройства;

- тренинги; консультирование по тактике поиска работы (практика написания резюме).

5. Управление Службой, контроль её деятельности

5.1. Руководителем Службы маркетинга и содействия трудоустройству выпускников является ответственное лицо, которое назначается и освобождается от должности приказом директора колледжа.

5.2. Руководитель осуществляет руководство деятельностью Службы.

6. Права службы

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

6.2. Привлекать к маркетинговым исследованиям руководителей, педагогический состав и обучающихся.

6.3. Устанавливать и поддерживать связь с социальными партнерами.

6.4. Выносить на обсуждение вопросы и результаты деятельности Службы на заседаниях служб, педсовета колледжа, собраниях колледжа.

6.5. Разрабатывать предложения по совершенствованию качества подготовки и уровня занятости специалистов – выпускников колледжа.

6.6. Ходатайствовать перед администрацией колледжа о поощрении преподавателей и обучающихся за активное участие в проведении маркетинговых исследований.

7. Заключительные положения

7.1. Изменения и дополнения в положение вносятся на заседании педагогического совета при одобрении большинства присутствующих. Изменения в положении согласовываются администрацией колледжа.

7.2. Решение о прекращении деятельности Службы может быть принято директором колледжа на основании представления руководителя Службой.