

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования
«РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА»
КЕМЕРОВСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

УТВЕРЖДАЮ
Директор Кемеровского института (филиала)
ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

Ю.Н. Клещевский
«26» июня 2014 г.



ПОЛОЖЕНИЕ
об отделе маркетинга и содействия трудоустройству выпускников

СМК ПСП 24-2014

РЕКОМЕНДОВАНО
Советом по качеству
Протокол № 6
от «18» июня 2014 г.

ПРИНЯТО
Советом филиала
Протокол № 11
от «25» июня 2014 г.

Кемерово 2014

	ПОЛОЖЕНИЕ об отделе маркетинга и содействия трудоустройству выпускников	СМК ПСП 24-2014
		страница 2 из 10

1 НАЗНАЧЕНИЕ И ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

Настоящее положение предназначено для регламентации деятельности Отдела маркетинга и содействия трудоустройству выпускников (далее – ОМиСТВ) Кемеровского института (филиала) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» (далее - Институт).

В данном положении содержатся цели и задачи, стоящие перед ОМиСТВ, структура, функции, права и ответственность, а также взаимодействие, осуществляемое сотрудниками ОМиСТВ в процессе своей деятельности.

Данное положение относится к числу организационных документов и является обязательным к применению в ОМиСТВ и структурных подразделениях Института, взаимодействующих с ним.

2 НОРМАТИВНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

- Трудовой Кодекс Российской Федерации;
- Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- ГОСТ ISO 9001-2011 Системы менеджмента качества. Требования;
- ГОСТ ISO 9000-2011 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь;
- Устав ФГБОУ ВПО «РЭУ имени Г.В. Плеханова»
- Положение о Кемеровском институте (филиале) ФГБОУ ВПО «РЭУ им.Г.В. Плеханова»;
- ДП Управление документацией;
- ДП Управление записями.

3 ОПРЕДЕЛЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ

В настоящем положении используются следующие определения и сокращения:

3.1 **положение** – локальный нормативный акт, устанавливающий порядок образования, структуру, компетенцию, функции, права и обязанности организации, организацию деятельности структурного подразделения;

3.2 **ДП** – документированная процедура;

3.3 **МИ** – маркетинговые исследования;

3.4 **ОМиСТВ** – отдел маркетинга и содействия трудоустройству выпускников;

3.5 **СМИ** – средства массовой информации;

3.6 **СМК** – система менеджмента качества;

3.7 **УМО** – учебно-методический отдел;

3.8 **ЦМК** – Центр менеджмента качества.

4 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

4.1 ОМиСТВ является структурным подразделением Института.

4.2 В структуру ОМиСТВ входит сектор производственной практики и содействия трудоустройству выпускников, сектор маркетинга.

4.3 ОМиСТВ создается, реорганизуется и ликвидируется по решению Ученого совета ФГБОУ ВПО «РЭУ имени Г.В. Плеханова».

4.4 Общее руководство ОМиСТВ осуществляет первый заместитель директора Института. Руководство функционированием сектора производственной практики и содействия трудоустройству выпускников осуществляет заместитель директора по учебной и воспитательной работе Института.

 Кеморозовского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова	ПОЛОЖЕНИЕ об отделе маркетинга и содействия трудоустройству выпускников	СМК ПСП 24-2014
		страница 3 из 10

4.5 Непосредственное руководство ОМиСТВ осуществляет начальник, который назначается и освобождается от занимаемой должности приказом директора Института по представлению первого заместителя директора Института.

4.6 Деятельность ОМиСТВ осуществляется в соответствии с годовым планом работы ОМиСТВ, с программой МИ на учебный год, с графиком прохождения практики студентами, сметой. В своей деятельности ОМиСТВ руководствуется следующими документами: действующим законодательством РФ; документами Министерства образования и науки РФ; Положением о Кемеровском институте (филиале) ФГБОУ ВПО «РЭУ имени Г.В. Плеханова»; приказами ректора ФГБОУ ВПО «РЭУ имени Г.В. Плеханова» и директора Института; настоящим положением и другими нормативными документами.

4.7 Сотрудники ОМиСТВ назначаются на должность и освобождаются от нее приказом директора Института по представлению руководителя ОМиСТВ.

4.8 Требования к сотрудникам ОМиСТВ и их обязанности определяются должностными инструкциями, являющимися приложениями к трудовым договорам.

4.9 Штатный состав ОМиСТВ включает:

4.9.1 начальника отдела;

4.9.2 заведующего сектором производственной практики и содействия трудоустройству выпускников;

4.9.3 специалиста по связям с общественностью;

4.9.4 специалиста по маркетингу.

5 ЦЕЛЬ И ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ

Основной целью деятельности ОМиСТВ является выявление образовательных потребностей целевых групп потребителей (абитуриентов, студентов, слушателей, аспирантов, выпускников, работодателей) и оценка уровня их удовлетворенности, формирование положительного имиджа Института и повышения конкурентоспособности выпускников на рынке труда.

В соответствии с миссией Института, его основными стратегическими целями и текущими задачами, ОМиСТВ в своей деятельности обязан реализовать следующие основные задачи:

5.1 проведение комплекса МИ (исследование регионального рынка образовательных услуг, в том числе исследование потребителей образовательных услуг и конкурентов; исследование актуальных и перспективных потребностей рынка труда; исследование удовлетворенности потребителей и заинтересованных сторон деятельностью Института);

5.2 формирование позитивного общественного мнения об Институте и спроса на его услуги путем планирования, разработки и реализации мероприятий, включающих в себя рекламу и информирование в СМИ, ярмарочные и PR- мероприятия, прямые индивидуальные коммуникации;

5.3 установление взаимодействия с потенциальными работодателями, оказание содействия структурными подразделениями Института в заключение и реализации соглашений о стратегическом партнерстве с представителями бизнес-среды, оказание содействия студентам и выпускникам в трудоустройстве и профессиональном становлении.

6 ФУНКЦИИ

ОМиСТВ в рамках своей деятельности осуществляет следующие функции:

6.1 в рамках деятельности сектора маркетинга:

6.1.1 планирование и организация МИ регионального образовательного рынка и рынка труда с целью получения информации для принятия управленческих решений;

6.1.2 анализ конкурентной среды и оценка конкурентной позиции Института;

6.1.3 изучение внутренней среды Института, оценка его интеллектуального, технологиче-

ского и производственного потенциалов, определение сильных и слабых сторон, реальных и потенциальных возможностей, конкурентоспособности Института;

6.1.4 выявление требований потребителей к качественным характеристикам образовательных продуктов и услуг и оценка степени их удовлетворенности деятельностью Института;

6.1.5 обобщение маркетинговой информации, поступающей из структурных подразделений Института, обработка данных МИ и проведение анализа маркетинговой деятельности Института в целом для предоставления отчетных данных высшему руководству;

6.1.6 формирование и постоянное обновление баз данных, создаваемых на основе маркетинговых исследований ОМиСТВ;

6.1.7 создание и поддержание корпоративного стиля Института;

6.1.8 разработка долгосрочных и текущих планов маркетинговой деятельности и координация в данном направлении деятельности подразделений Института;

6.1.9 обеспечение руководства и структурных подразделений Института необходимой маркетинговой информацией для разработки стратегии и тактики его развития и рыночного поведения;

6.1.10 разработка плана рекламных мероприятий по реализации образовательных услуг и определение затрат на их проведение;

6.1.11 разработка рекламных текстов, плакатов, проспектов, каталогов, буклетов, осуществление контроля их качества, обеспечивая наглядность и доступность рекламы, соблюдение норм общественной морали, не допуская нарушений правил конкурентной борьбы.

6.2 в рамках деятельности сектора производственной практики и содействия трудоустройству выпускников:

6.2.1 координация работы выпускающих кафедр, базовых кафедр и отделения среднего профессионального образования Института по вопросам организации и проведения всех видов практик;

6.2.2 обеспечение выпускающих кафедр, базовых кафедр и отделения среднего профессионального образования Института бланками необходимой документации по организации практики (в том числе направление на практику/подтверждение о прохождении практики);

6.2.3 контроль своевременной подготовки и правильности оформления выпускающими кафедрами, базовыми кафедрами и отделения среднего профессионального образования приказов о направлении на практику и отчетов кафедр по практике;

6.2.4 анализ методического обеспечения всех видов практики по всем выпускающим кафедрам, базовым кафедрам и отделению среднего профессионального образования для внесения предложений в план изданий Института;

6.2.5 анализ работы выпускающих кафедр, базовых кафедр и отделения среднего профессионального образования по результатам практики на основе отчетов кафедр и отделения среднего профессионального образования и подготовка рекомендаций по ее совершенствованию;

6.2.6 анализ потребностей предприятий в специалистах с высшим и средним профессиональным образованием по спектру специальностей/направлений подготовки Института;

6.2.7 установление взаимосвязей с руководителями предприятий г. Кемерово, городов и районов Кемеровской области с целью содействия трудоустройству выпускников Института;

6.2.8 создание и поддержание взаимоотношений с Департаментом труда и занятости Кемеровской области, ГУ «Центр занятости населения» г. Кемерово, МУ «Молодежная биржа труда» г. Кемерово, а также с кадровыми агентствами и другими участниками инфраструктуры рынка труда по вопросам содействия трудоустройству студентов и выпускников Института;

6.2.9 участие, по поручению руководства, в совместных проектах с высшими учебными заведениями, региональными и муниципальными органами власти и управления по содействию трудоустройству выпускников;

6.2.10 информирование студентов старших курсов о положении на рынке труда города и

региона, о тенденциях спроса на специалистов с высшим и средним профессиональным образованием по спектру специальностей/направлений подготовки Института;

6.2.11 организация и проведение краткосрочных курсов, консультаций, тренингов и иных мероприятий по обучению студентов и выпускников навыкам адаптивного поведения на рынке труда и технологиям трудоустройства;

6.2.12 формирование и обновление банка вакансий предприятий г. Кемерово, городов и районов Кемеровской области на официальном сайте института;

6.2.13 оказание содействия во временном трудоустройстве студентов Института;

6.2.14 организация и проведение ярмарки выпускников Института с приглашением потенциальных работодателей и представителей кадровых агентств г. Кемерово и Кемеровской области;

6.2.15 формирование базы данных (резюме) студентов и выпускников Института, нуждающихся в содействии трудоустройству;

6.2.16 оказание содействия работодателям в подборе в соответствии с их заявками кадров из числа студентов и выпускников Института;

6.2.17 координация работы по осуществлению выпускающими кафедрами и отделения среднего профессионального образования постоянной обратной связи с выпускниками Института;

6.2.18 организация совместно с отделом кадровой работы и делопроизводства учета трудоустройства выпускников, подготовка по заданию руководства отчета по трудоустройству выпускников.

6.3 к общим функциям ОМиСТВ относятся:

6.3.1 планирование и организация коммуникационной деятельности (рекламных и выставочных мероприятий, работы со СМИ и пр.);

6.3.2 администрирование официального сайта Института (актуализация и структурирование информационного наполнения сайта, разработка предложений по доработке концепции, содержания сайта, по введению нового сервиса для посетителей сайта);

6.3.3 подготовка совместно с другими структурными подразделениями Института для СМИ различных материалов о деятельности вуза;

6.3.4 организация и проведение пресс-конференций, встреч с журналистами по текущим проблемам деятельности Института;

6.3.5 еженедельный контент-анализ СМИ, ведение архива публикаций об Институте;

6.3.6 подготовка официальных опровержений в случае распространения в СМИ сведений, не соответствующих действительности;

6.3.7 подготовка поздравлений для общественности (юбилеи, государственные и профессиональные праздники);

6.3.8 привлечение на договорных условиях СМИ к подготовке специальных публикаций в их изданиях/на радио/телевидении;

6.3.9 участие в заседаниях, совещаниях, конференциях и других мероприятиях, входящих в компетенцию ОМиСТВ;

6.3.10 развитие деловых и творческих связей с информационными службами как внутри региона, так и за его пределами;

6.3.11 формирование через СМИ общественного мнения о деятельности Института;

6.3.12 участие в пределах компетенции ОМиСТВ в разработке и реализации концепции информационной политики Института;

6.3.13 организация работы со студентами по привлечению их к участию в деятельности ОМиСТВ;

6.3.14 ведение документации ОМиСТВ, согласно внутренней номенклатуре дел и в соответствии с требованиями, установленными в Институте к управлению документацией;

6.3.15 разработка проектов приказов и иных распорядительных документов Института, относящихся к деятельности ОМиСТВ;

6.3.16 выполнение работ в области менеджмента качества, в соответствии с закрепленной

за ОМиСТВ ответственностью в процессах СМК Института;

6.3.17 предоставление установленной отчётности первому заместителю директора и заместителю директора по учебной и воспитательной работе;

6.3.18 разработка предложений по введению новых видов образовательных услуг, отвечающих запросам целевых групп потребителей;

6.3.19 установление деловых контактов со сторонними организациями и предприятиями, занимающимися вопросами управления маркетинговой деятельностью в образовательном учреждении;

6.3.20 планирование и организация коммуникационной деятельности (рекламные и выставочные мероприятия, работу со СМИ и пр.);

6.3.21 участие в научных, научно-практических конференциях, совещаниях и форумах по обмену опытом в сфере управления маркетинговой деятельностью в учреждениях профессионального образования.

7 ПРАВА

ОМиСТВ предоставляются следующие права:

7.1 принимать участие в совещаниях, на которых рассматриваются вопросы, относящиеся к его компетенции;

7.2 привлекать в установленном порядке специалистов и сотрудников Института к проведению исследований по направлениям его работы, получению консультаций и предоставлению заключений по проектам отдела;

7.3 получать от структурных подразделений Института материалы и информацию, необходимые для осуществления его деятельности;

7.4 на основании результатов маркетинговых исследований и маркетингового анализа вносить предложения о корректирующих и предупреждающих действиях, направленных на повышение результативности процессов вуза;

7.5 проводить совещания работников Института по обсуждению вопросов, входящих в его компетенцию;

7.6 требовать от структурных подразделений Института оформления и предоставления всей необходимой документации для обеспечения отчётности по установленной форме и в соответствующие сроки;

7.7 вести переписку и осуществлять связь с другими организациями по вопросам, касающимся деятельности ОМ и СТБ;

7.8 представлять Институт в других организациях и учреждениях в рамках его компетенции;

7.9 привлекать к работе студентов Института в рамках выполнения ими курсовых и выпускных квалификационных работ;

7.10 вносить предложения о привлечении к работе над отдельными проектами и программами штатных сотрудников других подразделений Института, а также предлагать состав контрагентов, выполняющих работы в интересах Института по вопросам маркетинга образования;

7.11 осуществлять взаимодействие с сотрудниками всех подразделений Института по вопросам, связанным с прохождением практики и трудоустройством выпускников;

7.12 запрашивать, получать, анализировать любые, не являющиеся коммерческой тайной, материалы, сведения, документы в структурных подразделениях вуза по направлениям работы ОМиСТВ;

7.13 направлять для получения информации представителей СМИ к должностным лицам, в чьей компетенции находятся вопросы, интересующие журналистов;

7.14 привлекать ректорат, преподавателей, студентов и сотрудников вуза для выступлений в СМИ, на пресс-конференциях, других мероприятиях.

8 ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Ответственность за качество и своевременность выполнения возложенных настоящим положением задач несёт начальник ОМ и СТВ. Степень ответственности других работников ОМ и СТВ устанавливается соответствующими должностными инструкциями.

На начальника ОМ и СТВ возлагается ответственность за:

- 8.1 ненадлежащее выполнение возложенных функциональных обязанностей;
- 8.2 рациональное и эффективное маркетинговое консультирование всех структурных подразделений Института;
- 8.3 эффективность и обоснованность принимаемых маркетинговых стратегий и программ;
- 8.4 причинение материального ущерба – в пределах, определенных действующим трудовым и гражданским законодательством;
- 8.5 соблюдение правил техники безопасности, охраны труда и пожарной безопасности, в т.ч. обеспечение безопасных условий на вверенных участках работы, за непринятие мер по предотвращению производственного травматизма и профессиональных заболеваний, своевременное оказание первой доврачебной помощи; нарушение своими распоряжениями или действиями законодательства об охране труда, других законодательных и нормативных актов;
- 8.6 принятие мер для предотвращения распространения и защиты информации о персональных данных, ставших известными в связи с исполнением функций ОМиСТВ.

9 ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

9.1 ОМ и СТВ взаимодействует с руководством Института, со структурными подразделениями Института и сторонними организациями по вопросам, связанным с деятельностью ОМ и СТВ.

Взаимодействие ОМиСТВ с должностными лицами и структурными подразделениями Института
(движение основной документации и информации)

Документы/ информация, поступающие в ОМиСТВ		Документы/информация, исходящие из ОМиСТВ	
Содержание	Отправитель/ срок	Содержание	Получатель/ срок
Первичные результаты маркетинговых исследований (анкеты, листы наблюдений и пр.)	Структурные подразделения/ в соответствии с программой МИ	Отчеты/ выписки о результатах маркетинговых исследований	Ректорат, структурные подразделения/ в соответствии с ИК «Маркетинг и информирование общества»
Информация для размещения на официальном сайте	Структурные подразделения/ в соответствии с графиком подачи информации на сайт	Проекты соглашений о стратегическом партнерстве Института с представителями бизнес-среды	Структурные подразделения/ по запросу
Рабочие учебные планы	Заместитель директора по УиВР/ октябрь каждого года	Бланки направлений на практику и договоров об организации прохождения практики	Выпускающие кафедры/ за месяц до начала практики
График учебного процесса, сведения о контингенте обучаемых	УМО/ по запросу	План работы ОМ и СТВ	Первый заместитель директор, ЦМК/ начало каждого учебного года
Отчеты кафедр о результатах практики	Выпускающие кафедры/ до 21 сентября каждого года	Проекты решений Совета филиала	Ученый секретарь/ в соответствии с планом заседаний

Документы/ информация, поступающие в ОМиСТВ		Документы/ информация, исходящие из ОМиСТВ	
Содержание	Отправитель/ срок	Содержание	Получатель/ срок
Информация для подготовки рекламных материалов	Структурные подразделения/ по запросу	Проекты решений Совета по качеству	ЦМК/ в соответствии с планом заседаний
Служебные записки о необходимости проведения незапланированных маркетинговых исследований и других маркетинговых мероприятий	Структурные подразделения / за месяц до проведения МИ	Отчет о работе ОМ и СТВ	Первый заместитель директора, ЦМК/ июнь-июль каждого года
Заявка на размещение информации на сайте вуза	Структурные подразделения/не позднее двух дней с момента проведения мероприятия	Информация о вакансиях, местах практики, стажировки	Выпускающие кафедры/ в течение 2 дней после получения информации
		Пресс-релизы, макеты статей, рекламных модулей	Должностные лица, структурные подразделения/ в соответствии с ИК «Маркетинг и информирование общества»
		Формы анкет	Структурные подразделения/ в соответствии с программой МИ
		Подписанные и зарегистрированные договоры об организации практики	Выпускающие кафедры/ в течение 3 дней после подписания
		Технические задания на изготовление сувенирной продукции, полиграфической продукции (буклеты, листовки, плакаты, визитки), наружной рекламы и рекламы в СМИ.	Отдел организации конкурсных торгов согласно плану закупок.

СИСТЕМА менеджмента качества Нижегородского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова	ПОЛОЖЕНИЕ об отделе маркетинга и содействия трудоустройству выпускников	СМК ПСП 24-2014
		страница 9 из 10

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЛИСТ

1 РАЗРАБОТАНО

Должность	ФИО	Подпись	Дата
Начальник ОМиСТВ	Ладанова Марина Александровна		05.06.14

2 КОНСУЛЬТАНТЫ

Должность	ФИО	Подпись	Дата
Зам. руководителя ЦМК	Власова Ольга Владимировна		05.06.14

3 СОГЛАСОВАНО

Должность	ФИО	Подпись	Дата
Первый заместитель директора	Казанцева Елена Геннадьевна		05.06.14
Зам. директора по учебной и воспитательной работе	Габинская Ольга Сергеевна		05.06.14
Руководитель Центра менеджмента качества	Грищенко Наталья Васильевна		05.06.2014
Юрисконсульт	Монашов Вадим Геннадьевич		05.06.2014
Начальник Отдела кадровой работы и делопроизводства	Унгефуг Лилия Викторовна		05.06.2014

4 **ВВЕДЕНО В ДЕЙСТВИЕ** со дня утверждения директором Института «16» июня 2014г..
(Основание: протокол заседания Совета филиала № 11 от «25» июня 2014г..
протокол заседания Совета по качеству № 6 от «18» июня 2014г.)

5 СПИСОК РАССЫЛКИ

Контрольный экземпляр:

- Центр менеджмента качества.

Учтенные копии:

1. первый заместитель директора;
2. заместитель директора по учебной и воспитательной работе;
3. ОМиСТВ.

