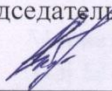



Согласовано:
Председатель Совета техникума


О.В. Ситникова
Протокол № 1
«14» января 2016г.

Утверждаю:
Директор ТОГБПОУ
«Индустриально-промышленный
техникум»

А.П. Михайличенко
Приказ № 14/1 от «14» января 2016г.

ПОЛОЖЕНИЕ о службе маркетинга

- 1.4. Главной целью службы маркетинга – обеспечить успех бизнеса и развитие Техникума путем формирования благоприятных маркетинговых условий для потребителей, удовлетворения их потребностей, а также повышения конкурентоспособности услуг техникума.
- 1.5. Выявление потребностей потребителей и установление их структуры и характера образовательно и профессионального характера.
- 1.6. Определение возможностей Техникума по удовлетворению запросов потребителей.
- 2.4. Гибкость реагирования на изменения в поведении потребителей.
- 2.5. Разработка и реализация образовательных программ.
- 2.6. Маркетинговое исследование, социальное поведение и общественные интересы и цели, знания, деятельности Техникума, создание его привлекательного имиджа во внешней среде.
- 2.7. Определение приоритетов финансирования, привлечение инвестиций для развития Техникума.
- 2.8. Изучение деятельности конкурентов, структуры и действий их владельцев на рынке услуг, рекламы, ценностных предложений, других методов конкурентной борьбы.

3. ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЛУЖБЫ

- 3.1. Сбор, обработка, анализ информации о состоянии рынка, деятельности конкурентов, потребностях потребителей, тенденциях развития рынка образовательных услуг.

г. Рассказово
2016

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.

1.1. Маркетинговая служба (далее Служба) является структурным ТОГБПОУ «Индустриально-промышленный техникум» (далее Техникума).

В своей деятельности Служба руководствуется Федеральным законом от 29.12.2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»; Уставом Тамбовского областного государственного бюджетного образовательного учреждения среднего профессионального образования «Индустриально-промышленный техникум».

1.2. Структура Службы определяются директором Техникума, исходя из условий и особенностей производства, а также объема работ, возложенных на Службу.

1.3. Служба маркетинга осуществляет свою деятельность в сотрудничестве со всеми структурными подразделениями Техникума, реализующими образовательные и иные услуги, работы, товары.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЛУЖБЫ.

1.4. Главная цель Службы маркетинга – обеспечение стабилизации и развития Техникума путем выявления, формирования, эффективного удовлетворения потребностей образовательными и не образовательными услугами широкого круга потребителей.

1.5. Выявление потенциальных потребителей продукции в товарах и услугах образовательного и не образовательного характера.

1.6. Определение возможностей Техникума по удовлетворению запросов потребителей.

2.4. Гибкость производства ориентированного на современные требования потребителей.

2.5. Разработка и реализация образовательных программ.

2.6. Информирование населения, социальных партнеров, общественности о целях, задачах, деятельности Техникума, создание его привлекательного имиджа во внешней среде.

2.7. Определение приоритетов финансирования, привлечение инвестиций для развития Техникума.

2.8. Изучение деятельности конкурентов, стратегии и тактики их воздействия на покупателей (рекламы, ценовой политики, других методов конкурентной борьбы).

3. ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЛУЖБЫ.

3.1. Сбор, обработка систематизация и анализ следующих данных по основным конъюнктурообразующим факторам реальных и потенциальных рынков сбыта:

- реальный платежеспособный спрос на услуги (продукцию) Техникума на его динамику, соотношение спроса и предложения;
- эластичность спроса на определенные виды услуг (товаров);
- средний уровень цен;
- объемы поставок;
- законодательная база рыночного типа;
- удовлетворенность потребителей ценой и качеством продукции;
- анализ конкурентов (наличие аналогичного предложения образовательных услуг в других организациях, 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;
- анализ внутренних факторов Техникума, выявление текущего потенциала учреждения, неиспользованных возможностей, способов и стоимость их задействования, альтернатив развития и их пути осуществления.

- 3.2. На основе комплексного аналитического обзора маркетинговой информации подготовка данных для принятия управленческих решений, участие в разработке стратегических планов по развитию Техникума, увязка планов маркетинга с календарными планами других подразделений.
- 3.3. Осуществление необходимой корректировки планов маркетинга по мере возникновения новых обстоятельств (изменение внешней или внутренней среды, возникновение новых планов, изменение стратегий сбыта, расторжение договоров и т.д.) или при изменении целей.
- 3.4. Определение оптимальных форм прямого сбыта (работа на заказ, работа на свободный рынок, персональные продажи, выставки-ярмарки и т.д.)
- 3.5. Проведение работы с поставщиками: отбор поставщиков, заключение договоров, порядка расчета с ними.
- 3.6. Определение и организация рекламы в целях продвижения услуг, товаров, формирования и стимулирования спроса на свои услуги и товары, а также формирование и поддержание доверия со стороны потребителей общественности к организации в целом. Обеспечение взаимодействия между потребителями и производителями. Целенаправленное и комплексное взаимодействие на внешнюю и внутреннюю среду Техникума для достижения основных стратегических целей и решения оперативных задач.
- 3.7. Подготовка и передача в другие подразделения заявок на оказание услуг, обеспечение потребителей товарами.

- 3.8. Осуществление оперативного статистического учета и осуществление оперативного контроля многочисленных аспектов маркетинговой деятельности Техникума.

4. УПРАВЛЕНИЕ СЛУЖБОЙ.

- 4.1. Руководитель маркетинговой службы назначается на должность директором Техникума.
- 4.2. Непосредственное руководство Службой осуществляет ее руководитель.
- 4.3. Руководитель службы осуществляет следующие функции:
- руководит деятельностью Службы и несет ответственность за ее работу;
 - разрабатывает план и порядок работы Службы;
 - распоряжается в пределах своих полномочий имуществом, закрепленным за Службой.

5. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ СОТРУДНИКОВ СЛУЖБЫ.

- 5.1. Права и обязанности сотрудников Службы определяются Уставом Техникума, правилами внутреннего трудового распорядка, тарифно-квалификационными характеристиками по общепромышленным должностям рабочих и служащих, тарифно-квалификационными характеристиками работников учреждений образования и должностными инструкциями.
- 5.2. Служба вносит предложения на разработку и корректировку планов и программ, включая содержание, сроки и способы выхода на рынок и поведения на нем.
- 5.3. Она имеет право на проведение экспериментов и другие способы получения рыночной информации; на разработку и контроль выполнения рекомендаций в адрес научно-исследовательских, учебных, методических и других подразделений Техникума, производящих образовательные и не образовательные услуги и обеспечивающих их продвижения и продажу на рынке.

6. РЕОРГАНИЗАЦИЯ И ЛИКВИДАЦИЯ СЛУЖБЫ.

- 6.1. Деятельность Службы может быть прекращена путем реорганизации или ликвидации, которые осуществляются приказом директора Техникума и внесением соответствующих изменений в штатное расписание.