

Министерство общего и профессионального образования Ростовской области
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Ростовской области

«Ростовский-на-Дону гидрометеорологический техникум»

УТВЕРЖДАЮ

Директор ГБПОУ РО «РГМТ»


_____ А.В.Новиков

« 31 » августа 2018г.

ПОЛОЖЕНИЕ

о Маркетинговой службе ГБПОУ РО «РГМТ»

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящее Положение о Маркетинговой службе по содействию трудоустройству выпускников (далее Положение) устанавливает порядок организации и проведение мероприятий, направленных на содействие трудоустройству выпускников ГБПОУ РО «Ростовский-на-Дону гидрометеорологический техникум» (далее ГБПОУ РО «РГМТ») и является обязательным для всех участников процесса содействия трудоустройства.

1.2. Положение определяет основные задачи, права, обязанности и организацию работы Маркетинговой службы по содействию в трудоустройстве выпускников техникума.

1.3. Основными документами, регламентирующими деятельность ГБПОУ РО «РГМТ» по организации содействия трудоустройства выпускников являются:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- постановление Правительства Российской Федерации от 27 ноября 2013г. № 1076 «О порядке заключения и расторжения договора о целевом приеме и договора о целевом обучении»
- письмо Министерства образования и науки Российской Федерации от 18.01.2010 года № ИК 35/03 «О создании и функционировании центров (служб) содействия трудоустройству выпускников учреждений профессионального образования»
- решение коллегии Минобразования России от 25.09.2001г. № 14/1 «О программе «Содействие трудоустройству и адаптации к рынку труда выпускников учреждений профессионального образования»;
- письмо Минобразования России министерствам, ведомствам, органам управления образованием субъектов Российской Федерации, учреждениям профессионального образования от 10.01.2001г. № 39-52-1ин/39-16 «Рекомендации по проведению организационно-методической работы в области содействия занятости учащейся молодежи и

трудоустройству выпускников учреждений профессионального образования».

- приказ Минобразования России/ Минтруда России от 04.10 1999 № 462/175 «О мерах по эффективному функционированию системы содействия трудоустройству выпускников профессиональных образовательных учреждений и адаптации их к рынку труда»

2. ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ И НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ СЛУЖБЫ

2.1. Главной целью деятельности Маркетинговой службы является содействие занятости учащейся молодежи и эффективному трудоустройству выпускников техникума.

2.2. Основными задачами Маркетинговой службы являются:

- информационная работа с выпускниками и работодателями;
- консультационная работа с выпускниками;
- координация деятельности различных подразделений техникума по вопросам трудоустройства;
- социальное партнерство;
- взаимодействие со службами занятости;
- трудоустройство выпускников;
- мониторинг трудоустройства выпускников.
- анализ рынка труда;
- анализ сложившихся механизмов партнерства техникума;
- разработка и реализация программ долгосрочного сотрудничества с предприятиями и организациями;

2.3. Основными направлениями деятельности Маркетинговой службы позволяющими реализовать возложенные функции являются:

- организация временной занятости студентов;
- организация стажировок и практик, предусмотренных учебным планом;

- трудоустройство выпускников;
- проведение работы со студентами в целях повышения их конкурентоспособности на рынке труда посредством профориентации, информирования о тенденциях спроса на специалистов;
- взаимодействие с предприятиями и организациями, оказывающими влияние на рынок труда: проведение ярмарок вакансий, презентаций профессий, создание долговременных программ сотрудничества;
- проведение исследований рынков труда и образовательных услуг;
- внесение предложений по корректировке учебных планов, номенклатуры специальностей и структуре выпуска учреждений профессионального образования в соответствии с текущими и планируемыми потребностями экономики региона;
- организация и участие в методических семинарах, направленных на обмен, обобщение и распространение опыта работы по вопросам содействию трудоустройству выпускников образовательных учреждений;
- планирование, организация и проведение мониторингов трудоустройства выпускников образовательного учреждения;
- взаимодействие с территориальными органами занятости населения;

3. СТРУКТУРА МАРКЕТИНГОВОЙ СЛУЖБЫ ПО СОДЕЙСТВИЮ В ТРУДОУСТРОЙСТВЕ ВЫПУСКНИКОВ ТЕХНИКУМА

3.1. В состав Маркетинговой службы входят:

- председатель – директор техникума;
- зам.председателя – начальник отдела по производственной практике и социальному развитию;
- начальник отдела кадров;
- секретарь;
- председатели ЦМК.

3.2. Текущее управление деятельности Маркетинговой службы возлагается на начальника отдела по производственной практике и социальному развитию.

3.3. Контроль над деятельностью Маркетинговой службы осуществляет директор техникума.

3.4. Отчет о работе Маркетинговой службы может заслушиваться на педсовете и совете техникума.

4. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ СЛУЖБЫ ПО СОДЕЙСТВИЮ В ТРУДОУСТРОЙСТВЕ ВЫПУСКНИКОВ ТЕХНИКУМА

4.1. В рамках реализации своих задач Маркетинговая служба имеет право:

- вести необходимую переписку, а также представлять по поручению директора техникума в других организациях, семинарах, совещаниях и т.п.;
- планировать работу в соответствии с предложениями потенциальных предприятий-заказчиков, задачами и целями деятельности техникума;
- вести переговоры и заключать договора по трудоустройству выпускников;
- ведения баз данных о выпускниках с возможностью поиска по специальности, месту жительства, месту прохождения практики, успеваемости и другим параметрам;
- предоставлять информацию по выпускникам по запросам работодателей;

4.2. Маркетинговая служба обязана:

- анализировать результаты работы с выдачей рекомендаций по разработке политики в сфере профессионального образования;
- принимать участие в профессиональном тестировании студентов;

- обеспечивать возможность студентам всех специальностей использовать рекомендации совета по содействию в трудоустройстве;
- проводить статистический анализ трудоустройства и оценку его эффективности, и анализ информации работодателей о качестве подготовки молодых специалистов.

4.3. Заместитель председателя Маркетинговой службы несёт ответственность за:

- своевременное, полное и качественное выполнение задач, возложенных на Маркетинговую службу;
- соблюдение требований нормативно-правовых документов, регламентирующих вопросы трудоустройства выпускников.

5. ПОРЯДОК РАБОТЫ МАРКЕТИНГОВОЙ СЛУЖБЫ ПО СОДЕЙСТВИЮ В ТРУДОУСТРОЙСТВЕ ВЫПУСКНИКОВ ТЕХНИКУМА

5.1. Маркетинговая служба техникума по содействию в трудоустройстве выпускников организует и проводит свою работу по плану, который разрабатывается на учебный год и утверждается директором техникума.

5.2. Заседание Службы собирается не реже одного раза в полугодие. При необходимости, председателем созывается внеплановое заседание.

5.3. Заседание Маркетинговой службы проводится в рабочее время.

5.4. Для подготовки вопросов, выносимых на обсуждение, могут формироваться временные рабочие группы из классных руководителей во главе с членами службы, а также могут приглашаться консультанты по отдельным вопросам, представители работодателей.

5.5. Решения Маркетинговой службы правомочны, если в заседании участвуют не менее двух третей членов. Решение принимается простым большинством голосов. Возражения членов службы заносятся в протокол, либо оформляются приложением к нему.

5.6. Решение Маркетинговой службы вступает в силу с момента его объявления коллективу.

5.7. Решения службы не должны ограничивать права и свободы участников образовательного процесса, закрепленные в нормативно-правовых документах Российской Федерации и Уставе техникума.

5.8. Секретарь ведет книгу протоколов. Все заседания протоколируются. Протоколы подписываются председателем и секретарем Маркетинговой службы.