

**Санкт-Петербургское государственное бюджетное
профессиональное образовательное учреждение
«Колледж электроники и приборостроения»**

РАССМОТРЕНО

на заседании Педагогического Совета
Протокол № 1 от 15.01.2019 года

УТВЕРЖДЕНО

приказом от 15.02.2019 № 112
Директор СПб ГБПОУ «Колледж
электроники и приборостроения»



Г.И. Воронько

ЛОКАЛЬНЫЙ НОРМАТИВНЫЙ АКТ № 81

ПОЛОЖЕНИЕ

**о центре маркетинга и содействия трудоустройству выпускников
Санкт-Петербургского государственного бюджетного
профессионального образовательного учреждения
«Колледж электроники и приборостроения»**

Санкт-Петербург
2019

1. Общие положения

1.1. Настоящее положение о центре маркетинга и содействия трудоустройству выпускников Санкт-Петербургского государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения "Колледж электроники и приборостроения" (далее – Положение) регламентирует деятельность центра маркетинга и содействия трудоустройству выпускников Санкт-Петербургского государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения "Колледж электроники и приборостроения" (далее – Центр).

1.2. Положение разработано в соответствии со следующими нормативными документами:

- Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 года №273-ФЗ;
- Программой модернизации профессиональных образовательных учреждений в целях устранения дефицита высококвалифицированных специалистов и рабочих кадров в Санкт - Петербурге на период с 2018 по 2020 год;
- Уставом Санкт - Петербургского государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения "Колледж электроники и приборостроения";
- Рекомендациями Минобразования РФ "Примерное положение о центре содействия занятости учащейся молодежи и трудоустройству выпускников учреждений профессионального образования (рекомендации)" (утв. Минобразования РФ 9 ноября 2000 года.);
- письмом Министерства образования и науки Российской Федерации №АК-763/06 от 24.03.2015 года «О направлении рекомендаций по организации мониторинга трудоустройства выпускников».

1.3. Центр создан в целях обеспечения функционирования системы профессионального образования в соответствии с требованиями современного рынка образовательных услуг, удовлетворения потребностей общества, образовательных учреждений и частных лиц в образовательных услугах. Введение системы маркетинга означает переход на рыночно ориентированную систему предоставления услуг учреждением профессионального обучения.

1.4. Центр является структурным подразделением колледжа, не является юридическим лицом и не имеет самостоятельного баланса.

1.5. Центр осуществляет свою работу во взаимодействии с другими структурными подразделениями колледжа и социальными партнерами: кадровыми службами предприятий (далее – предприятия – работодатели), общественными организациями, другими образовательными организациями.

2. Цели и задачи Центра

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

2.2. Задачи Центра:

2.2.1. Сотрудничество с организациями, выступающими в качестве работодателей для выпускников.

2.2.2. Исследование рынка:

- анализ спроса потребности предприятий - работодателей в кадрах (как открыто заявленной (объявления, заявки в службу занятости), так и скрытой (планы по открытию новых направлений спроса));
- анализ внешних факторов: экономическая и социальная обстановка в регионе и стране, появление нормативных и правовых документов, регламентирующих деятельность среднего профессионального образования, кадровых служб, служб занятости;
- анализ внутренних факторов профессиональной образовательной организации: выявление текущего потенциала, неиспользованных возможностей, способов и стоимости их задействования, альтернатив развития и пути их осуществления;
- анализ образовательных услуг в колледже, оценка сроков, объема и качества выпуска.

2.2.3. Разработка маркетинговой стратегии управления колледжем:

- совместное с руководством определение целей и стратегий развития колледжа;
- составление пакета альтернативных стратегий и бюджетов развития колледжа, выявление ключевых внутренних и внешних проблем образовательной организации;
- разработка совокупности мероприятий для достижения 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 предприятий - работодателей к уровню квалификации специалистов;
- оценки предприятиями - работодателями качества образования специалистов;
- лицензирование новых профессий, направлений подготовки в соответствии с потребностями рынка труда региона, по ТОП-50.

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

- создание и поддержание страницы Центра на сайте колледжа;
- предоставление информации о количестве выпускников колледжа по различным направлениям кадровым службам предприятий;
- разработка предложений по вопросам содействия в трудоустройстве молодых специалистов;
- оказание содействия в заключение договоров с предприятиями.

3.5. Разработка эффективных моделей организации производственной и преддипломной практики студентов колледжа.

3.6. Сбор, анализ и представление выпускникам информации о состоянии рынка труда, о требованиях предприятий - работодателей, 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 Службы

4.1. Членами Службы являются представители администрации, заведующие ПЦК, отделений, преподаватели, педагог-психолог.

4.2. Служба осуществляет свою деятельность совместно с Министерством образования РБ, кадровыми службами работодателей, службами занятости.

4.4. Служба совместно с другими структурами колледжа проводит следующие мероприятия:

- презентация специальностей/профессий;
- презентация предприятий работодателя;
- участие в проведении ярмарок-вакансий;
- изучение предложений работодателя по повышению уровня квалификации выпускников;
- анкетирование студентов по вопросам трудоустройства;
- проведение тренингов;
- консультирование выпускников по тактике поиска работы, написания резюме;
- организация и проведение совещаний, семинаров по трудоустройству.

5. Управление службой, контроль ее 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. Проводить социологические исследования в учебных группах.

6.2. Привлекать к маркетинговым исследованиям руководителей подразделений, педагогический состав и студентов.

6.3. Устанавливать и поддерживать связь с социальными партнерами.

6.4. Выносить на обсуждение на педагогических, методических советах и собраниях колледжа вопросы, касающиеся деятельности Службы.