

	БИШКЕКСКИЙ КОЛЛЕДЖ ПРИ ЧУЙСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ	
	Система менеджмента качества	
	СМК ДП <u>1741.6-05-5</u>	Версия <u>1</u>

Рассмотрено на заседании
Педагогического совета БКЧУ
протокол № 2
от «12» 10 2022 г.



Эгембердиева Б. Ш.
«12» 10 2022 г.

**Положение
о маркетинговой деятельности в
Бишкекском колледже при Чуйском университете**

Бишкек - 2023 г.

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение определяет цели, задачи, и организацию маркетинговой деятельности в Бишкекском колледже при Чуйском университете (далее – БКЧУ, колледж).

1.2. Под маркетинговой деятельностью в образовании понимается комплекс взаимосвязанных мероприятий по анализу состояния рынка образовательных услуг и активному воздействию на потребительский спрос.

1.3. Целью маркетинговой деятельности является повышение конкурентоспособности образовательной услуги для потенциальных потребителей и расширения рынка сбыта образовательных услуг.

1.4. Задачами маркетинговой деятельности колледжа являются:

- изучение и прогнозирование спроса на образовательные услуги предоставляемые БКЧУ;
- продвижение образовательных услуг предоставляемых колледжем на рынок труда г. Бишкека, прилегающих районов, областей страны;
- формирование и укрепление благоприятного имиджа БКЧУ.

2. Основные направления маркетинга , и функции лиц осуществляющих маркетинговую деятельность в БКЧУ

2.1. Основными направлениями маркетинговой деятельности в БКЧУ являются:

- оптимизация профориентационной работы;
- формирование связей с общественностью;
- аналитическая деятельность;

Исходя из направлений маркетинга в БКЧУ, функциями лиц привлекаемых к осуществлению маркетинговой деятельности в колледже являются:

- внесение предложений и разработка мероприятий по взаимодействию с общеобразовательными учреждениями;
- внесение предложений и разработка мероприятий по профориентационной работе;
- внесение предложений и разработка мероприятий по продвижению образовательных услуг;
- мониторинг состояния рынка образовательных услуг;
- мониторинг требований заинтересованных сторон и предприятий (работодателей) к образовательной услуге;
- мониторинг удовлетворенности выпускников и потребителей образовательных услуг качеством предоставляемых образовательных услуг;
- анализ данных полученных в результате мониторинга;
- информирование всех заинтересованных сторон о результатах мониторинга;
- на основе анализа полученных в результате мониторинга данных, разработка и проведение мероприятий направленных на повышение имиджа БКЧУ, формирование благоприятного общественного мнения у потенциальных потребителей образовательных услуг колледжа.

3. Ответственность за организацию и взаимодействие в рамках осуществления маркетинговой деятельности

3.1 Ответственные за маркетинговую деятельность в колледже являются зам. директора по УВР, заведующие отделений.

3.2 В рамках участия в профориентационной деятельности, ответственные лица за маркетинговую деятельность взаимодействует с ответственным секретарем приемной комиссии, педагогическими работниками и обучающимися, привлекаемыми к работе в период профориентационной работы.

3.3 В рамках установления связей с общественностью, зам. директора по УВР взаимодействует с ответственным секретарем приемной комиссии, образовательными учреждениями, социальными партнерами, работодателями средствами массовой информации.

3.4 В рамках осуществления аналитической деятельности, зам. директора по УВР взаимодействует с ответственным секретарем приемной комиссии, преподавательским составом колледжа, обучающимися и их родителями (законными представителями), работодателями, центром содействия трудоустройству выпускников БКЧУ.

3.5 Ответственные лица за маркетинговую деятельность информирует всех заинтересованных сторон образовательной деятельности колледжа о результатах, полученных в ходе проведения маркетинговых исследований, разрабатывают предложения по повышению эффективности работы колледжа в рамках осуществления образовательной деятельности.