

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет

**Рішення вченої ради Сумського державного університету з питання:
«Розвиток інфраструктури та підвищення ефективності діяльності
медіаструктур СумДУ – важливий чинник реалізації рекламної стратегії
університету у вітчизняному та міжнародному інформаційному просторі»**

Заслухавши доповідь проректора з НПР Любчака В.О., виступи під час обговорення, вчена рада констатує актуальність розглянутого питання та необхідність проведення якісної інформаційно-рекламної роботи для укріплення позицій СумДУ в науково-освітнянському просторі та формування позитивного іміджу в суспільстві.

Матеріально-технічна база університету (у тому числі обладнані на сучасному програмно-технічному рівні телестудія і радіостудія кафедри журналістики та філології, студія звукозапису культурно-мистецького центру, онлайн-студія, лабораторія мультимедійних технологій центру комп'ютерних технологій, видавництва), кадровий потенціал та наявність структурних підрозділів відповідної спрямованості дозволяють створювати власний інформаційний продукт, аудіо- та відеоконтент, друковані рекламні матеріали. Відповідно до визначених напрямків роботи, інформаційну та рекламну діяльність проводять інститути та факультети, відділ інформаційно-рекламної діяльності (ВІРД), центр науково-технічної і економічної інформації (ЦНТЕІ), відділ довузівської підготовки, культурно-мистецький центр, спортивний клуб, центр вебометрії і вебмаркетингу (ЦВВМ), відділ міжнародного співробітництва та департамент міжнародної освіти, інші структурні підрозділи.

Професіональним журналістським центром в університеті є кафедра журналістики та філології, де здійснюється підготовка фахівців за спеціальностями «Журналістика», «Реклама і зв'язки з громадськістю», «Медіакомунікації», готуються різноманітні медійні матеріали, випускається дайджест «Наголос» тощо. Також підготовка молодших спеціалістів за спеціальностями «Видавнича справа та редагування», «Друкарське виробництво» здійснюється у машинобудівному коледжі університету.

Події та діяльність університету відображаються як у власних, так і зовнішніх медіаресурсах, а саме таких як :

- web-система університету (система web-сайтів, Інтернет-радіо, Інтернет-телебачення);
- внутрішньоуніверситетська система радіомовлення та телебачення;
- газета «Резонанс», що випускається 24 роки, та інші друковані видання університету;
- друковані загальноукраїнські та регіональні ЗМІ;
- зовнішні Інтернет-медіа: соціальні мережі, Wikipedia, блоги, форуми, каталоги, портали міжнародних рейтингових агентств, Інтернет-ЗМІ міста, країни.

Внутрішньоуніверситетський інформаційний простір наповнюється відеоматеріалами на моніторах (новини і репортажі кафедри журналістики та філології, студентського самоврядування, телевізійні сюжети), передачами Інтернет-радіо та радіо «Медичне», випусками газет та відповідних видань інститутів/ факультетів.

У 2014 році виготовлено більше 30 рекламних відеоматеріалів, започатковано цикли «Успішні випускники про СумДУ», «Іноземні студенти про СумДУ». Активно використовуються ресурси веб-сайту СумДУ: опубліковано більше 1000 новин, кожна четверта з яких поширювалася місцевими та українськими медіа, що свідчить про якість і актуальність контенту.

Активно використовуються медіазасоби регіонального рівня для висвітлення життя університету: кожного місяця 3-6 сюжетів про СумДУ виходять в ефір обласного телебачення і радіо. Групою Інтернет-телебачення СумДУ за 2013-14 роки проведено 17 багатокамерних онлайн-трансляцій (з них 6 – на замовлення зовнішніх партнерів), більшість передач в прямому ефірі та у запису транслювалися на Сумській ОДТРК. Обласні газети «Сумщина», «Ваш шанс», «Данкор», районні – «Глухівщина», «Наш край» (Липова Долина), «Новини Тростянецьчини» та інші також приділяють постійну увагу університетським подіям.

У зовнішніх джерелах на загальноукраїнському рівні у 2014 році було опубліковано більше 200 інформаційних повідомлень, які поширювалися та коментувалися у соціальних мережах. Прикладами ефективної роботи з зовнішніми медіаресурсами є такі ефіри на ТРК «Відікон», як програма «Реальна політика» на тему «Автономія для університетів»; сюжет «Акції іноземних студентів на допомогу українським військовим» на телеканалі СТБ; низка публікацій в загальноукраїнських медіа про успіхи університету в рейтингах QS та GreenMetric; публікація в газеті «Панорама» статті, присвяченої студентському Start-up центру СумДУ, під назвою «Полювання на талановитих»; сюжет про енергоефективні технології СумДУ (публікація в «Урядовому кур'єрі»); публікації про перемоги студентів та магістрантів СумДУ у спортивних змаганнях світового рівня.

У той же час діяльність університету в медіапросторі потребує удосконалення. З напрямку інформаційно-рекламної роботи є проблемні питання, до яких слід віднести:

- недостатню координацію відповідної діяльності підрозділів університету, студентського активу і відсутність єдиної структури на зразок медіаконсорціуму;
- недоліки системи внутрішньоуніверситетського інформування, надходження новин і повідомлень до співробітників та студентів;
- недостатню кількість якісних рекламних матеріалів з наукової діяльності (особливо англійською та іншими мовами) та публікацій про СумДУ у світових ЗМІ;
- недостатнє використання наявного потенціалу кафедри журналістики та філології для вирішення нагальних потреб інформаційно-рекламної діяльності університету.

В рекламній профорієнтаційній роботі інститутів/факультетів зроблено певні кроки в напрямі формування моделі випускника, привабливості спеціальності тощо.

Необхідно також впровадження в університеті елементів брендбуку: логотипу, корпоративних стилів, візитівок, електронної газети для розсилання, корпоративних шаблонів презентацій, корпоративної рекламної продукції тощо.

Вирішення стратегічних завдань, передбачених Концептуальними засадами діяльності Сумського державного університету на 2010-2020 роки, потребує системної роботи з просування бренду університету, поширення існуючих та впровадження нових форм діяльності у вітчизняному медіапросторі, орієнтацію на різноманітні цільові групи, входження до світового інформаційно-рекламного простору.

Зважаючи на вищезазначене, з метою розвитку інфраструктури та підвищення ефективності діяльності медіаструктур СумДУ **вчена рада постановляє:**

1. Директорам інститутів, деканам факультетів, керівникам відповідних підрозділів загальноуніверситетського підпорядкування підвищити ефективність рекламно-інформаційної діяльності шляхом урахування специфіки цільових груп (абітурієнти, особи, що навчаються, науковці, роботодавці, партнери тощо), застосування сучасних програмно-технічних (відео- та аудіоконтент, анімація, інфографіка) і методичних (рекламування університету через успіхи особистостей: студентів, випускників, співробітників) рішень для підготовки інформаційних продуктів, використання можливостей Інтернет-простору, виставкової діяльності, розширення тематики інформування з акцентом на підготовку матеріалів англійською та іншими мовами.

Директорам інститутів, деканам факультетів призначити в інститутах та на факультетах відповідального за рекламно-інформаційну роботу, передбачивши при цьому створення відповідних постійно діючих робочих груп із залученням до цих груп представників кафедр та студентського активу.

2. Визначити необхідність системних рішень з організації інформаційно-рекламної діяльності, координації роботи підрозділів університету і створення в СумДУ структури на зразок медіаконсорціуму у складі відділу інформаційно-рекламної діяльності, кафедри журналістики та філології, кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю, культурно-мистецького центру (в частині створення медіапродуктів), центру вебметрії і вебмаркетингу та центру комп'ютерних технологій за участю представників інститутів/факультетів, студентського самоврядування та студпрофкому, передбачивши при цьому організаційну та координаційну функцію відділу інформаційно-рекламної діяльності.

Доручити начальнику ВІРД Пікулицькій О.В. до 01.07.2015 підготувати ректору пропозиції про організацію медіаконсорціуму, завдання та напрями його роботи.

3. Запланувати розробку програми дій щодо формування загальноуніверситетського бренду та представлення кожного з напрямів діяльності (стосовно продуктів та послуг, передусім наукових та навчальних, як ринкового товару).

Проректору Любчаку В.О. до 01.06.2015 р. створити робочу групу з підготовки зазначеної програми та визначити термін її подання на розгляд ректору.

4. Вжити мотиваційні заходи для поширення інформаційно-рекламних матеріалів у загальноукраїнському та світовому просторі, зокрема, щодо організації конкурсу публікацій серед співробітників та студентів СумДУ.

Начальнику ВІРД Пікулицькій О.В. підготувати проект Положення про конкурс до 1.06.2015 р.

5. З метою стимулювання інформаційно-рекламної діяльності кафедр запропонувати відповідні показники до методики загальноуніверситетського рейтингу.

Відповідальні – начальник ВІРД Пікулицька О.В., начальник ЦВВМ Фільченко Д.В., термін – до 15.05.2015 р.

6. Посилити роль кафедри журналістики та філології в інформаційно-рекламній діяльності загальноуніверситетського рівня. Розширити практику залучення студентів до створення інформаційного та рекламного контенту на зразок досвіду факультету ЕлІТ («Про залучення викладачів та студентів факультету ЕлІТ до діяльності університету за ІТ-напрямом») та досвіду перекладацького навчально-методичного центру кафедри германської філології.

Завідувачу кафедри журналістики та філології Ткаченко О.Г. до 01.06.2015 підготувати відповідні пропозиції.

7. Проректору з наукової роботи Черноусу А.М. підсилити увагу розробці та випуску інформаційно-рекламних матеріалів про науковий потенціал та розробки СумДУ, запланувати у 2015-2016 рр. виготовлення рекламних відеоматеріалів, буклетів та роздаткових матеріалів українською, англійською та за необхідності іншими мовами.

8. Підготувати пропозиції щодо вдосконалення участі СумДУ у виставках як всеукраїнського, так і міжнародного рівня з урахуванням тематичної спрямованості, передбачивши при цьому підготовку сучасного мобільного стенду, атрибутики, презентаційних друкованих та відеоматеріалів.

Відповідальний – начальник ЦНТЕІ Артюхов А.Є. , термін – до 1.06.2015

9. Начальнику ВІРД Пікулицькій О.В.:

- розпочати з 2015 р. випуск університетського підсумкового (за результатами року) бюлетеня «Події і факти року»;

- з метою покращення інформування співробітників, викладачів та студентів університету організувати випуск інформаційного бюлетеня для внутрішньоуніверситетського розповсюдження, у тому числі, за участю відповідних ІТ-служб, у формі мобільного інформаційного сервісу;
- запланувати протягом 2015 р. виготовлення нової версії фільму про СумДУ та відповідних тематичних рекламних роликів;
- забезпечити наповнення та функціонування медіаархіву СумДУ, запропонувавши за необхідності зміни до наказу №613-І від 25.07 2011;
- з метою підтримання в актуальному стані інформації про СумДУ у зовнішніх ресурсах створити реєстр пріоритетних для розміщення інформації про університет зовнішніх каталогів, соціальних мереж, регіональних, національних та міжнародних ЗМІ та відповідальних за взаємодію з ними, а також розробити відповідні механізми контролю та моніторингу інформації про СумДУ у зовнішніх ресурсах.

10. Декану факультету підвищення кваліфікації та післядипломної освіти Божковій В.В. включити до плану проблемних семінарів для науково-педагогічних та педагогічних працівників СумДУ на 2014-2015 р. питання ефективної організації інформаційно-рекламної роботи.

Схвалено вченою радою СумДУ.
Протокол № 10 від 9 квітня 2015 р.

Голова вченої ради

Васильєв А.В.

Вчений секретар

Рубан А.І.