

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет

Рішення вченої ради Сумського державного університету з питання:
«Стан реалізації інформаційно-рекламної стратегії університету»

Відповідно до Стратегічного плану розвитку Сумського державного університету на 2020-2026 роки (п.6.6.2. Інформаційне та інноваційно-технологічне забезпечення діяльності) концепція інформаційної політики передбачає формування міжнародно визнаного бренду університету. Це можливо завдяки постійній інформаційній роботі всіх його підрозділів, а саме: підтримці вебресурсів в актуальному стані, розробці та підтримці вебсайтів іноземними мовами, крім існуючих, зокрема китайської, арабської, польської та іншими мовами, більш системній адресній орієнтації на цільові аудиторії, постійній комунікації з ними через соціальні мережі та зовнішні інформаційні сервіси.

Вебресурси університету та сторінки підрозділів у соціальних мережах є відображенням різних сфер діяльності, віртуальною моделлю університету в Інтернет-просторі. Тому питання якості, регулювання і контролю інформації, яку продукує СумДУ, є актуальним особливо під час війни, у тому числі, інформаційної. Досвід розвитку вебсистеми університету демонструє, що одним із найважливіших чинників розвитку вебсередовища є забезпечення доступності, відкритості та якості інформаційних ресурсів. Успіхи в реалізації інформаційно-рекламної стратегії університету позитивно корелюють з показниками СумДУ в рейтингу Ranking Web of Universities (Webometrics), адже цей рейтинг базується, крім інших, на показниках видимості та впливу.

Вчена рада констатує, що сьогодні публічний вебпростір університету – це складна ієрархічна структура. Загальна кількість публічних вебсайтів становить 202 позиції (у тому числі, 65 з них – загальноуніверситетські), а з урахуванням мовних версій – 313 (у тому числі, 88 – загальноуніверситетські). У зв'язку з сучасними викликами є необхідність в оцінці змісту вебсайтів, їх актуальності, мовної різноманітності та технічній сучасності, зокрема, їх адаптивності до мобільних пристроїв. У ході моніторингу, проведеного центром вебресурсів (далі – ЦВР), порівнюючи ситуацію двох періодів (грудень 2022 року і червень 2023 року), було виявлено таке:

- загалом по університету зросла на 10 % частка вебсайтів інститутів і факультетів з актуальною інформацією, але суттєве зростання спостерігається лише по ННІ права. У той же час частка вебсайтів загальноуніверситетського рівня з актуальною інформацією становить 67% (35 сайтів містять неактуальну інформацію). Значною є частина вебсайтів україномовного контенту з неактуальною та частково актуальною інформацією на вебсайтах медичного інституту (16 з 31), факультетів ЕлІТ (16 з 21) та ТеСЕТ (16 з 23). Мізерні зрушення спостерігаються в частині поширення англomовного контенту.

Зокрема 2 вебсайти НН МІ, 1 сайт факультету ТеСЕТ та сайт кафедри військові підготовки не мають англomовних версій.

- понад 23% (23) вебсайтів загальноуніверситетського рівня не відповідають корпоративному стилю, а 2 сайти – не працюють;
- залишається невирішеним питання технічного вдосконалення 3 кафедральних вебсайтів НН МІ стосовно адаптивності до мобільних пристроїв.

Реалізація інформаційно-рекламної стратегії передбачає, зокрема, створення якісного та різноформатного контенту, що має поширюватися за допомогою різних каналів комунікації (вебсайти, соціальні мережі, інформаційні сервіси тощо). Протягом року, що минув, відмічається посилення діяльності підрозділів у реалізації медіапроектів. Наприклад, здійснено ряд заходів, що сприяють популяризації науки – опубліковано статтю в онлайн-журналі «ЦУКР» з описом потужних наукових розробок, що отримала більше 20 000 переглядів, започаткована публікація відеозаписів відкритих наукових семінарів. У новому форматі випущені «Дні кар'єри СумДУ» (спільно з відділом практики та заступниками директорів / деканів зі зав'язків із замовниками кадрів), кафедри ППСТ, КСУ, КІМ оновили відеовізитки, ННІ БіЕМ, кафедра ГФ здійснили закупівлю іміджевих ролл-апів, ННІ права та ННІ БіЕМ реалізували фото- та відеосупровід випускних заходів.

Ряд медіапроектів, які були реалізовані у 2022-му році, продовжують отримувати позитивні відгуки. Так, наприклад, відеоінтерв'ю проекту «Трушно про мою спеціальність» збільшили кількість переглядів під час цьогорічної вступної кампанії. У вересні 2023 року було опубліковано танцювальний флеш-моб «Любіть СумДУ так, як любимо його ми», який зібрав у соціальній мережі Facebook 500 тисяч переглядів і 1000 поширень.

Особлива увага цього року була приділена інформаційній підтримці відзначення 75-річчя університету. Створено айдентику, слоган, реалізовано ряд заходів та активностей у соціальних мережах, створено ряд локацій на території СумДУ, розроблено сторінку-візитку заходів до ювілею. На сайтах ННІ БіЕМ, ННІ права, НН МІ, факультету ТеСЕТ розміщено логотип ювілею. Створено фільми «СумДУ: 75 років та спортивних аренах», «СумДУ: 75 років творчості», спільно з відділом практики, інститутами та факультетами впроваджено флеш-моб вітань від випускників та роботодавців.

Продовжує зростати присутність СумДУ в соціальних мережах. За період вересень 2022 – вересень 2023 року кількість підписників сторінок СумДУ в соціальних мережах зросла більше, ніж на 6 000 чоловік.

Одночасно із цим, активність інститутів та факультетів у веденні сторінок в мережах Facebook та Instagram є різною. ННІ права та НН МІ здійснюють регулярні публікації та розміщують контент високої якості. ННІ БіЕМ активно веде сторінку інституту в мережі Facebook. Факультет ІФСК навпаки, активно веде роботу в Instagram, а в мережі Facebook факультет розмістив лише три дописи у вересні. ЕЛІТ все ще єдиний факультет в університеті, який не має власної сторінки в мережі Facebook.

Слід відмітити, що Методика визначення рейтингу інститутів, факультетів та кафедр Сумського державного університету серед інших має індикатор, що характеризує якість представлення результатів діяльності кафедр,

інститутів/факультетів в Інтернет та медіа-просторі, і який спрямований на врахування їх участі в реалізації загальної інформаційно-рекламної стратегії. Так лідером серед інститутів/факультетів за цим індикатором є ННІ БіЕМ, на другому місці – факультет ІФСК, серед кафедр: кафедри маркетингу, журналістики та філології, й ТМВІ (поділяють 1 місце), економічної кібернетики, управління імені Олега Балацького (поділяють 2 місце), ЕЗПФ (3 місце). Проте слід відмітити і кафедри з критичним рівнем зазначеного індикатора: кафедра сімейної медицини з курсом дерматовенерології, кафедра нейрохірургії та неврології з курсами психіатрії, наркології, медичної психології, професійних хвороб, всі кафедри ШІ.

Вчена рада наголошує на необхідності підвищення рівня корпоративної культури поведінки в соціальних мережах працівників університету, що збільшить рівень впізнаваності СумДУ та інформованості потенційних партнерів про університет.

Враховуючи зазначене вище, вчена рада університету постановляє:

1. Рекламно-інформаційну політику університету в умовах воєнного стану вважати такою, що потребує підвищення ефективності в частині залученості всіх структурних підрозділів до її реалізації та активізації діяльності підрозділів у соціальних мережах.

2. Провести внутрішній аудит нефункціонуючих вебсайтів (Науково-дослідний інститут мінеральних добрив і пігментів СумДУ) щодо прийняття рішення про необхідність існування.

Відповідальний – проректор з наукової роботи Чорноус А.М.

Термін виконання – до 31.10.2023 року.

3. Провести внутрішній аналіз щодо актуальності платформ наступних вебсайтів: «Практика та працевлаштування» (відповідальний – навчальний відділ з практики та інтеграційних зв'язків з замовниками кадрів), «Тренувальне тестування ЗНО для школярів міста Суми та Сумської області» та «Тренувальне тестування Єдиного вступного іспиту для студентів СумДУ» (відповідальний – департамент доуніверситетської освіти та профорієнтаційної роботи), «На допомогу іноземним студентам міста Суми» (відповідальний – департамент міжнародної освіти), «Соціальна сторінка» (відповідальний – відділ соціальної роботи зі студентською молоддю), та забезпечити оновлення до останньої актуальної версії CMS платформ Joomla та WordPress відповідно

Відповідальні – керівники зазначених структурних підрозділів.

Термін виконання – до 31.12.2023 року.

4. Забезпечувати актуальність контенту вебсайтів на усіх мовних версіях.

Відповідальні – керівники структурних підрозділів.

Термін виконання – постійно.

5. Забезпечити адаптивність усіх мовних версій підпорядкованих вебсайтів до мобільних пристроїв (кафедра біофізики, біохімії, фармакології та біомолекулярної інженерії, кафедра інфекційних хвороб з епідеміологією, кафедра нейрохірургії та неврології з курсами психіатрії, наркології, медичної психології, професійних хвороб).

Відповідальні – керівники зазначених структурних підрозділів.

Термін виконання – 31.12.2023 року.

6. З метою поширення іншомовних версій загальноуніверситетських вебсайтів, провести внутрішній аудит та сформувані відповідні пропозиції.

Відповідальні – керівники підрозділів університетського підпорядкування.

Термін виконання – до 20.11.2023 року.

7. З метою підвищення рівня впізнаваності СумДУ та інформованості потенційних партнерів про університет регулярно (не рідше одного разу на місяць) здійснювати системну комунікацію із закордонними університетами, асоціаціями, медіа, колегами-науковцями та передавати їм новини про успішність та досягнення університету.

Відповідальні: директори/декани інститутів/факультетів, завідувачі кафедр, керівники центрів, що виконують роботи (дослідження) на замовлення закордонних контрагентів.

Термін виконання: постійно.

8. Медіа-центру спільно з центром розвитку кадрового потенціалу провадити регулярні заходи з підвищення медіаграмотності та покращення інформаційно-комунікаційної культури співробітників та студентів університету, зокрема щодо активності в соціальних мережах.

Виконавці: начальник медіа-центру, начальник центру розвитку кадрового потенціалу, директори/декани.

Термін виконання: постійно.

9. Для підвищення цитованості вебсайтів та сторінок в соціальних мережах в частині показника «видимість», в тому числі враховуючи методологію рейтингу Ranking Web of Universities (Webometrics), створювати та публікувати на вебсторінках та сторінках у соціальних мережах якісний контент, який збільшуватиме кількість посилань та підвищуватиме рівень видимості в інтернет-просторі, а також може використовуватися різними підрозділами університету.

Відповідальні: директори/декани інститутів/факультетів, завідувачі кафедр.

Термін виконання: постійно.

10. Провести діагностику та надати рекомендації щодо заходів з оптимізації роботи головного сайту університету та розроблення індивідуальної стратегії його просування відповідно до Положення про організацію та проведення пошукової оптимізації сайтів Сумського державного університету.

Відповідальний: керівник маркетингового центру СумДУ.

Термін виконання: 31.12.2023 року.

Схвалено вченою радою СумДУ.

Протокол №03 від 19 жовтня 2023 р.

Голова вченої ради

Анатолій ВАСИЛЬЄВ

Секретар

Анатолій РУБАН