

# Інформаційно-рекламна діяльність

## Виконавці:

Проректор з НІР

Любчак В.О.

Начальник відділу інформаційно-  
рекламної діяльності

Пікулицька О.В.

Керівник групи з бренд-менеджменту та  
виробництва медіа-контенту

Малюк С.В.

Керівник групи комп'ютерних технологій  
дизайну

Баранова І.В.

Керівник Центру Інтернет-  
телерадіомовлення

Панченко Б.Є.

Інформаційно-рекламна діяльність університету реалізується такими структурними підрозділами університету: відділом інформаційно-рекламної діяльності, групою з бренд-менеджменту та виробництва медіа-контенту, групою комп'ютерних технологій дизайну, Центром Інтернет-телерадіомовлення, навчально-виробничим центром «Studio «16x9», кафедрою журналістики та філології, іншими структурними підрозділами.

## **I. Інформаційний напрямок**

### **1. Зовнішнє інформування.**

У 2016 році ВІРД продовжив практику активної взаємодії з місцевими та всеукраїнськими медіа для утвердження позитивного іміджу університету, а також створення власного медіаконтенту та регулярного оновлення новинного рядка головної сторінки сайту СумДУ, що дало можливість для СумДУ бути беззаперечним лідером серед вишів області щодо присутності в місцевому інформаційному просторі. Кожна третя інформація з головної сторінки сайту поширюється у місцевих ЗМІ;

- для удосконалення інформаційної роботи фахівцями ВІРД проведено 2 семінари для представників структурних підрозділів СумДУ;

- новини супроводжуються фото- та відеоматеріалом власного виробництва, загалом, групою БМ-МК проведено 65 фотозйомок, 63 відеозйомки та супровід 37 веб-конференцій;

- кожна подія загальноуніверситетського рівня супроводжується місцевими телеканалами. Протягом року вийшло **53 телевізійних сюжетів на обласних телеканалах та більше 100 сюжетів на радіо**; організовано 48 медіа-заходів (прес-конференцій, ефірів, брифінгів, підходів до преси тощо);

- продовжено інформаційну роботу по розміщенню матеріалів у всеукраїнських медіа, зокрема, розсилку прес-релізів про головні іміджеві події в університеті. Протягом року на зовнішніх **медіаресурсах всеукраїнського рівня розміщено 181 інформаційних повідомлень**, які поширювали і коментувалися у соціальних мережах.

Зокрема, інформацію про відкриття онлайн-курсів «Екзамнаріум» розмістили більше 20 всеукраїнських медіа, серед яких – **«5 канал», «Урядовий кур'єр», «Укрінформ», «УНІАН», «РВС», канал «112»** тощо.

### **2. Внутрішнє інформування.**

Інформування викладачів, співробітників та студентів здійснюється за допомогою університетських медіа - газети «Резонанс» та «Академікс», радіо (випуски двічі на тиждень), моніторів та соціальних мереж. Для співпраці усіх сторін, залучених до внутрішнього інформування, проведено 2

координаційні зустрічі під головуванням проректора з НПР Любчака В.О. У 2015 році було започатковано випуск бюлетеня для інформування викладачів та студентів, однак, він не став регулярним. Для посилення внутрішнього інформування планується запровадження нового формату бюлетеня у співпраці з редакцією газети «Резонанс».

### **3. Створення власного інформаційного медіаконтенту.**

- для ілюстрування новин на головному сайті та розміщення у соціальних мережах фахівцями ВІРД створено більше 40 відео-матеріалів про загальноуніверситетські події;
- групою БМ-МК вироблено інформаційне відео «Про СумДУ» та «РАЗОМ» (про об'єднання вишів);
- проведено за участю та при підтримці групи БМ-МК три фотовиставки; готується до друку фотобюлетень «Події року-2015», розпочалась робота над створенням презентації «Події року-2016».

## **II. Рекламний напрямок**

### **1. Проведення рекламних кампаній.**

У 2016 році ВІРД сприяв проведенню **3 рекламних кампаній**:

- спеціальності заочної та дистанційної форми навчання (друковані ЗМІ в містах України, де розміщено ТДЦК);
- реклама нових спеціальностей денної форми (5 білбордів у м.Суми, розробка та розміщення на українських FM-станціях радіороликів на українських для кожної спеціальності (600 виходів), розміщення тематичних відеороликів на LED-екрані ТЦ «Універмаг «Київ»);
- рекламний супровід вступної кампанії (розміщення рекламних блоків СумДУ на квитанціях МЄІРЦ, рекламні банери на сайтах «Данкор» та «0542», прями ефіри на місцевих каналах).

### **2. Створення власного рекламного медіаконтенту:**

- фахівцями БМ-МК виготовлено фільми: «**Наука в СумДУ 2016**», «СумДУ 2016»(загальний фільм, оновлена україномовна версія), «СумДУ 2016» (загальний фільм, оновлена англomовна версія), рекламний ролик для абітурієнтів з Індії, рекламний ролик для абітурієнтів з арабських країн, фільм про військову кафедру СумДУ(виконано 70%);
- створено новий віртуальний 3D-тур інститутами та структурними підрозділами університету;

- центром Інтернет-телерадіомовлення постійно проводяться онлайн-трансляції культурно-мистецьких заходів з розміщенням реклами СумДУ. У 2016 році партнерами стали 45 (20 обласних, 25 районних) телерадіокомпаній, які розміщують цей контент; для формування партнерської мережі створено і підтримується цифрове сховище на базі Google-хмари СумДУ, з якого розповсюджується системою телеканалів **60 випусків годинних концертів** (з рекламними проявами СумДУ); завершені маркетингові дослідження щодо попиту глядачами України на концертний контент, який буде застосовуватись як ефективний рекламоносій.

### **3. Розробка рекламної продукції:**

- університет забезпечений рекламною сувенірною продукцією з логотипом СумДУ, однак, залишається потреба у друкованих презентаційних матеріалах. ВІРД створив робочу групу із залученням фахівців групи КТД, яка працює над розробкою буклету про СумДУ, у тому числі іноземними мовами;

- протягом року групою КТД проводилась робота з розробки дизайну рекламних та презентаційних матеріалів для загальноуніверситетських потреб та структурних підрозділів СумДУ. Зокрема, в рамках рекламних кампаній, організованих ВІРД, розроблено дизайн 5 буклетів, 5 флаєрів, 3 відеороликів, 3 банерів. Виконано розробку дизайну рекламної продукції (36 зразків) для структурних підрозділів СумДУ;

- групою КТД виконано **розробку та візуалізацію 3D моделі кампусу університету**, проектів модернізації зон паркінгу, відпочинку, декору корпусів та аудиторій університету. Створену 3D модель кампусу використано на сайті віртуальної екскурсії по СумДУ. 3D модель аудиторії використано при проведенні ремонту та оздоблення центру інженерного програмування AMCBridge.

### **IV. Основні завдання на 2017 рік**

- Для якісного проведення рекламних кампаній на ринку освітніх послуг провести за допомогою відповідних кафедр маркетингове дослідження по кількох «проблемних» спеціальностях з розробкою відповідних рекомендацій.

- Зважаючи на широкий спектр завдань ВІРД, посилити штат фахівцем з маркетингу (в т.ч. SMM) з виокремленням рекламного сектору.

- Провести конкурс ідей корпоративної сувенірної продукції.

- Зважаючи на стрімке зростання кількості заходів, які проходять на базі університету, та наявності відповідного майданчику – Конгрес-центру СумДУ, сприяти створенню прес-центру СумДУ.
- Створити новий рекламно-інформаційний загальний фільм про СумДУ (до 10 хвилин) та «студентську» версію рекламно-інформаційного загального фільму про СумДУ (до 7 хвилин).
- Оновити логотип університету та розробити «бренд-бук» університету.
- Створити сайт групи КТД для поширення інформації про її діяльність та можливі послуги не тільки в університеті, але і за його межами.
- Модернізувати газету «Резонанс» з регулярним виходом 2 рази на місяць у форматі бюлетеня для внутрішнього інформування викладачів та студентів з основними рубриками: «Новини», «Актуальний коментар», «Програми, конкурси та гранти», «Офіційні документи» тощо.
- У співпраці з ДМО та ВМЗ розробити презентаційні матеріали іноземними мовами.
- На виконання рішень вченої ради напрацювати пакет мотиваційних документів для стимулювання публікацій викладачів, співробітників, студентів СумДУ у всеукраїнських і закордонних медіа.
- Забезпечити групу БМ-МК сучасною технікою для здійснення фото- і відео-продукції.
- Модернізувати формат Інтернет-радіо СумДУ, додати програми інформаційно-рекламного та освітнього характеру.
- На виконання рішення вченої ради у співпраці з органами студентського самоврядування створити студентську телестудію.
- На виконання рішення вченої ради спільно з кафедрою психології, політології та соціокультурних технологій запровадити проект «Соціальне обличчя СумДУ».