

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**ЗВІТ за 2019 рік**

**Маркетингові комунікації**

(інформаційно-рекламна діяльність, зв'язки з громадськістю, бренд-менеджмент, позиціонування в рейтингах тощо)

**Виконавці:**

Любчак В. О. – проректор з НІР

Фільченко Д. В. – начальник центру бенчмаркінгу та веб-менеджменту

Осюхіна М.О. – начальник центру медіакомунікацій та рекламної діяльності

Пікулицька О.В. – начальник прес-центру

Яценко О.С. – начальник центру медіа-трансляцій

Малюк С.В.– керівник групи з бренд-менеджменту та виробництва медіа-контенту

Мазний Б. В. – начальник студентської медіа-агенції Studio 16x9

Баранова І.В. – керівник групи комп'ютерних технологій дизайну

## ЗМІСТ

1.	БЕНЧМАРКІНГ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УЧАСТІ СУМДУ В РЕЙТИНГАХ.....	3
1.1	Досягнення СумДУ в міжнародних та національних рейтингах за 2019р.....	3
1.2	Основні результати щодо забезпечення участі СумДУ в рейтингах та проведення процедур бенчмаркінгу: .....	4
1.3	Основні результати щодо контентного та організаційно-методичного представлення університету у вебпросторі (програмно-технічна компонента – у звіті про ІТ-діяльність) .....	6
2.	ІНФОРМАЦІЙНО-РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ПРЕДСТАВЛЕННЯ В МЕДІА-ПРОСТОРИ .....	7
2.1	Основні досягнення 2019 р. ....	7
2.2	Центр медіакомунікацій та рекламної діяльності .....	8
2.3	Прес-центр СумДУ .....	13
2.4	Центр медіа-трансляцій .....	14
2.5	Група з бренд-менеджменту та виробництва медіа-контенту .....	16
2.6	Студентська медіа-агенція «Studio 16x9» .....	18
2.7	Група комп'ютерних технологій дизайну .....	19
3.	ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ НА 2020 РІК.....	20

# 1. БЕНЧМАРКІНГ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УЧАСТІ СУМДУ В РЕЙТИНГАХ

Групою фахівців центру бенчмаркінгу та веб-менеджменту (під керівництвом Фільченка Д.В.) у тісній співпраці з відділом міжнародних зав'язків виконуються проекти, аналітичні дослідження, переговорні комунікації і організаційні роботи з представлення СумДУ в міжнародних і національних рейтингах, позиціонування в міжнародному науково-освітньому просторі.

## 1.1 Досягнення СумДУ в міжнародних та національних рейтингах за 2019р.

Назва рейтингу	Досягнення
Шанхайський рейтинг університетів світу ARWU (Китай)	СумДУ підтвердив своє місце у <b>базі даних дослідницьких університетів світу ARWU GRUP</b> . Втретє успішно пройдено аудит відповідності критеріям дослідницьких університетів світу. Наразі, як і минулого року, до бази даних входить 4 виші України (КНУ, ХНУ, СумДУ та ЛНУ).
Рейтинг університетів світу Times Higher Education (Сполучене Королівство)	СумДУ вперше увійшов до публічної частини <b>рейтингу THE World University Rankings</b> (позиція 1001+). Наразі до бази даних рейтингу входить 29 вишів України (минулого року – 20), а до рейтингу – 6 вишів України (до ЛП, КНУ, ХНУ, ЛНУ приєдналися СумДУ та ХПП), КПП був виключений у 2018 році.
Рейтинг університетів світу QS World University Rankings (Сполучене Королівство)	4/5-а позиція (була 5/6-а) серед ЗВО України (ХНУ, КНУ, ХПП, КПП=СумДУ, ЛП, НаУКМА), категорія 701-750 (минулого року – 751-800). СумДУ втретє входить до топ-150 молодих (молодше 50 років) вишів світу (категорія 101-150) – поки що єдиний серед українських вишів.
Рейтинг університетів країн Європи, що розвиваються, та центральної Азії QS EЕСА (Сполучене Королівство)	5-а позиція (як і минулого року) серед ЗВО України та 117-а позиція (минулого року – 109-а) серед вишів регіону
Рейтинг університетів світу Times Higher Education за галузями знань (Сполучене Королівство)	СумДУ вперше увійшов до <b>рейтингу Times Higher Education в галузі «Інженерія та технології»</b> : позиція 801+ (як і у КНУ, ХНУ, ХПП), ЛП випереджає. (Інші українські ЗВО також входять в рейтинги за галузями «Комп'ютерні науки», «Науки про життя», «Природничі науки», «Бізнес та економіка».)

Назва рейтингу	Досягнення
Рейтинг університетів світу Times Higher Education за рівнем суспільно-економічного впливу (Сполучене Королівство)	СумДУ вперше увійшов до <b>рейтингу THE University Impact Ranking</b> на першій позиції серед українських ЗВО (топ-300). До рейтингу також увійшли ЛПІ, ЛНУ, ХПІ, ХНУРЕ, Острог.
Рейтинг університетів світу Webometrics Ranking of World Universities (Іспанія)	1-а позиція (минулого року – 4-а) серед ЗВО України
Рейтинг університетів світу за даними наукометричної бази Google Scholar від Webometrics (Іспанія)	2-а позиція (як і минулого року) серед ЗВО України
Рейтинг веб-популярності вишів світу 4ICU (Австралія)	3-а позиція (минулого року – 4-а) серед ЗВО України
Рейтинг університетів світу за показниками науково-дослідної, інноваційної та соціальної діяльності вишів SCImago IR (Іспанія)	5-а позиція (минулого року – 7-а) серед ЗВО України
Рейтинг університетів світу за показниками екологічної діяльності та стійкого розвитку UI Greenmetric (Індонезія)	2-а* позиція (як і минулого року) серед ЗВО України та 208-е місце серед вишів світу (216-е минулого року). * На першому місці – Національний лісотехнічний університет (Львів). Загалом до рейтингу входять 10 ЗВО України (включаючи ХНУ та ЛНУ).
Консолідований рейтинг ЗВО України від інформаційних ресурсів «Osvita.ua»	Сумський державний університет – кращий регіональний навчальний заклад півночі України. У загальному заліку СумДУ – на 7-у місці (минулого року – на 4-у) серед класичних вишів та на 13/14-у (минулого року – на 10-у) серед усіх вишів країни
Рейтинг ЗВО України «Топ-200 Україна» (Україна)	СумДУ входить до трійки кращих університетів України за показниками якості навчання. У загальному заліку СумДУ увійшов до топ-3 (як і минулого року) кращих класичних університетів України та до топ-6 (минулого року – топ-9) у загальному заліку.
Рейтинг університетів України за показниками БД Scopus від «УРАН»	12-е місце (минулого року –14-е) серед вишів України

## 1.2 Основні результати щодо забезпечення участі СумДУ в рейтингах та проведення процедур бенчмаркінгу:

1. Забезпечено повний цикл участі СумДУ в існуючих міжнародних та національних рейтингах (від подачі даних та їхньої валідації до програмно-

- технічного та організаційного забезпечення участі студентів, випускників й інших експертів в опитуваннях від рейтингових агентств та розроблення PR-кампаній щодо популяризації результатів СумДУ у суспільстві).
2. Вперше забезпечено входження СумДУ до публічної частини основного рейтингу Times Higher Education та рейтингу в галузі «Інженерія та технології».
  3. Вперше забезпечено входження СумДУ на першій позиції серед українських ЗВО до рейтингу Webometrics.
  4. Забезпечено участь СумДУ в аудиті відповідності СумДУ цілям сталого розвитку ООН та входження СумДУ до топ-300 відповідного рейтингу за рівнем суспільно-економічного впливу від Times Higher Education.
  5. Розпочато виконання договору з компанією Times Higher Education щодо проведення рекламної онлайн-кампанії СумДУ на рейтинговому порталі TimesHigherEducation.com (таргетована банерна реклама, розширений профіль СумДУ тощо).
  6. Продовжено виконання договору з компанією QS (на другий рік із трьох) щодо аналізу репутаційної привабливості СумДУ через аналітичну платформу QS Academic Reputation Tracker, у т.ч. методами бенчмаркінгу у порівнянні з провідними університетами світу.
  7. Розроблено методикку врахування результатів щорічних опитувань академічних експертів, що проводиться компанією QS, у внутрішньоуніверситетському рейтингу структурних підрозділів СумДУ. Удосконалено методикку розрахунку інших відповідних показників внеску структурних підрозділів СумДУ в рейтингах.
  8. Спільно з ОМЦТЕН – підготовка конкурсної заявки та забезпечення входження СумДУ у топ-15% проєктів в конкурсі освітніх інновацій Reimagine Education 2019, що проводиться компанією QS.  
Спільно з ОМЦТЕН та Медіа-центром СумДУ – забезпечення участі СумДУ на виставці освітніх інновацій Лондоні 9-10 грудня 2019 року, що проводилася компанією QS, та розроблення PR-кампаній щодо популяризації результатів СумДУ, у т.ч. участь СумДУ у спільній прес-конференції з QS в інформагентстві «УНІАН» (Київ, 19.12.2019).
  9. Проведення супроводження участі СумДУ в проєкті «Польсько-українська співпраця представницьких організацій ректорів – задля удосконалення діяльності закладів вищої освіти»: участь у дослідженні, підготовці доповіді та презентації СумДУ, участь у конференції ректорів (Київ, 16.10.2019).
  10. Співорганізація проведення семінару-тренінгу для ЗВО України за участю компаній Times Higher Education та Elsevier «Роль міжнародних рейтингів та

наукометрики у підвищенні глобальної конкурентоспроможності закладів вищої освіти України» (Київ, 17.10.2019).

11. Організація проведення наради представників НАЗЯВО, СумДУ та компанії Elsevier щодо проекту розроблення методики національного рейтингу ЗВО України (Київ, 04.11.2019). Підготовка та направлення до НАЗЯВО пропозицій щодо змін до проекту «Правил оцінювання ЗВО з метою надання та підтвердження статусу національного ЗВО» в частині врахування результатів участі ЗВО України в міжнародних рейтингах.
12. Організація надання компанією Elsevier демо-доступу СумДУ до SciVal – аналітичного додатку до БД Scopus – з 01.12.2019 до 01.01.2020 з метою проведення бенчмаркінгу наукометричних показників СумДУ.
13. Представлення СумДУ на міжнародних конференціях та участь у відповідних тренінгах від рейтингових агентств: «EduData Summit» від QS щодо використання науки про дані в менеджменті освітньої діяльності (Лондон, червень 2019), «PIEoneer Awards» від QS щодо освітніх інновацій (Лондон, вересень 2019), «World Academic Summit» від THE щодо методик рейтингового оцінювання (Цюрих, вересень 2019).
14. Виконання договорів Сумського державного університету на надання науково-консультаційних послуг з Технічним університетом Молдови (№23.09-2019 від 14.05.2019) та ХНУМГ ім. О.М. Бекетова (№23.09-2019.СП/01 від 25.07.2019).
15. Створено Telegram-канал «RankingsNews» для вітчизняних ЗМІ та експертної спільноти з метою надання актуальної та достовірної інформації про позиції українських ЗВО у міжнародних рейтингах.
16. Проведено організаційне та методичне супроводження членства СумДУ в Міжнародній асоціації IREG Observatory з академічного рейтингування та якості: участь у голосуваннях (онлайн), обговореннях пропозицій щодо методологій міжнародних рейтингів тощо.
17. Проведено організаційне та методичне супроводження членства СумДУ в Асоціації UNICO координаторів рейтингу U-Multirank від вишів світу (членство безкоштовне): участь в онлайн-семінарах, тренінгах тощо.

### **1.3 Основні результати щодо контентного та організаційно-методичного представлення університету у вебпросторі (програмно-технічна компонента – у звіті про ІТ-діяльність)**

1. Протестовано, наповнено контентом та запуснено оновлену сучасну версію головного вебсайту університету.

2. Розроблено структуру управління контентом оновленої вебсистеми університету (затверджено наказом ректора від 11.07.2019 р., № 0530-I).
3. Проведено внутрішнє анкетування «Опитування щодо нової версії головного вебсайту СумДУ», на підставі якого виявлено проблеми та організовано вдосконалення меню для різних категорій інформаційних стейкхолдерів.
4. Проводилися постійні моніторинги щодо реалізації положень Закону України «Про освіту» в частині статті 30 «Забезпечення прозорості та інформаційної відкритості закладу освіти» (затверджено наказом ректора від 26.10.2017 р., № 0492-I).
5. Започатковано роботу щодо впорядкування контенту україномовних та англійськомовних версій вебсайтів структурних підрозділів (наказ ректора від 24 жовтня 2019 р., № 0610-VI). Триває робота щодо впорядкування контенту англійськомовної версії головного сайту університету.
6. Удосконалено Методику визначення рейтингу структурних підрозділів (версія 12 від 28.03.2019 р.) в частині індикатора І7 – Якість представлення результатів діяльності в Інтернет- та медіапросторі. Введено показник рівня актуальності контенту вебресурсів.

## **2. ІНФОРМАЦІЙНО-РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ПРЕДСТАВЛЕННЯ В МЕДІА-ПРОСТОРИ**

Інформаційна підтримка іміджу, позиціонування в медіа-просторі є надзвичайно актуальним у сучасному світі. СумДУ постає перед рядом інформаційних викликів: інформування співробітників та студентів, налагодження внутрішньої комунікації між структурними підрозділами, висвітлення діяльності університету в закордонних ЗМІ, активна робота з аудиторією в соціальних мережах, виготовлення та поширення іміджевої, рекламної продукції для різних цільових груп, виготовлення якісної відео- фото продукції та налагодження системних радіо-телетрансляцій.

### **2.1 Основні досягнення 2019 р.**

1. Розпочато формування медіа-центру СумДУ шляхом об'єднання зусиль та координації роботи усіх університетських медійних підрозділів та груп, відповідальних від інститутів/факультетів, студентського активу та інших. Активно та креативно запрацював Центр медіакомунікацій та рекламної діяльності (далі – ЦМРД).

2. Значно зросла кількість та якість публікацій про університет у загальноукраїнських медіа. Головне досягнення СумДУ – діяльність розпочали висвітлювати провідні інформаційні агенції УНІАН, UA – TV тощо.
3. Виконано перші спроби входження у всесвітній медіа-простір, з'явилися публікації про СумДУ у закордонних ЗМІ.
4. На кілька порядків краще, більш якісно та оперативно виконується супроводження сторінок університету у соціальних мережах.
5. Студентська медіа-агенція «Studio 16x9», що розпочала діяльність на початку року, зарекомендувала себе найкращим чином завдяки креативним молодіжним рішенням, якісною продукцією та швидкості виконання замовлень.
6. Розроблено велику кількість іміджевих відеофільмів та фотоматеріалів, що активно використовуються.
7. Зросла вдвічі частка англійськомовних інформаційно-реklamних матеріалів та фільмів серед продукції СумДУ.
8. Завдяки покращенню роботи Центру медіа-трансляцій зросла кількість та якість онлайн-трансляцій подій та їх затребуваність.

## **2.2 Центр медіакомунікацій та рекламної діяльності**

Згідно з наказом № 0798-І від 19.11.2018 «Про реорганізацію ВІРД і створення Прес-центру і Центру медіакомунікацій та рекламної діяльності» було створено Центр медіакомунікацій та рекламної діяльності. Основними завданнями центру є: реалізація стратегії комунікативної та рекламної діяльності університету; здійснення рекламної діяльності, спрямованої на промоцію університету серед різних цільових аудиторій; поширення іміджевої інформації про університет у закордонних засобах масової інформації.

### ***Розробка, організація виготовлення, облік, поширення рекламної та іміджевої продукції.***

У 2019 р. ЦМРД був розроблений новий дизайн рекламно-сувенірної продукції СумДУ для папок, блокнотів, пакетів тощо. Здійснено замовлення відповідної продукції, шляхом проведення допорогових електронних закупівель та прямих договорів.

Створено відкритий он-лайн каталог рекламно-сувенірної продукції з фото, описом та вартістю (за умови придбання за кошти субрахунків) всіх наявних позицій продукції. Це значно спростило процес вибору рекламно-сувенірної продукції структурними підрозділами.

Розроблено процедуру візування вимог від структурних підрозділів на сувенірно-рекламну продукцію, що дозволило відслідковувати кількість відповідної продукції на складі. Забезпечена наявність представницької сувенірної продукції для делегацій (у тому числі – закордонних).

Розроблено макети, інформаційне наповнення, а також забезпечено виготовлення друкованої рекламної продукції. А саме:

- брошури «Міжнародна діяльність СумДУ» (англійською мовою);
- інтерактивного фотобуку СумДУ (англійською мовою);
- брошури «СумДУ у світлинах» (українською мовою);
- листівок та закладок СумДУ (англійською мовою);
- ролл-апів інститутів та факультетів (спільно з ДДО та ПК);
- брендovаних конвертів для листування (спільно з ВДКК).

Особливо вдалою цього року була кампанія з розміщення біл-бордів на території міста. Центром був розроблений дизайн, сформовані стратегічні повідомлення, здійснено супровід закупівлі. З метою привернення уваги до зовнішньої реклами був проведений конкурс серед містян, у рамках якого вони робили фото на фоні бордів та викладали у мережах. Такий підхід забезпечив взаємодію та взаємопроникнення реклами офлайн та онлайн.

Розроблено дизайн оригінальної сувенірної продукції «Мапа кампусів СумДУ», що користується попитом серед абітурієнтів та студентів. У збільшеному масштабі мапа розміщена на інформаційних стендах біля Ц-корпусу, у фойє головного корпусу.

Здійснено оновлення приймальні ректорату як особливого, з точки зору іміджу, місця. Додані таблички «СумДУ в рейтингах», актуальні фотознімки з написами.

Проведена загальноуніверситетська інформаційна кампанія з наповнення зовнішніх сайтів відгуків про СумДУ (визначено перелік пріоритетних сайтів з відгуками, виготовлено та розміщено на сайті та в мережах мотиваційні банери з закликом залишити відгук про університет, знята серія відео-інструкцій, як можна залишити відгуки на визначених сайтах). Оновлено вкладку «відгуки» на сайті СумДУ – додано відгуки випускників інститутів та факультетів.

***Розробка стратегії, візуальної складової, контент-плану та адміністрування сторінок та профілів у соціальних мережах та зовнішніх інформаційних сервісах.***

ЦМРД адмініструє сторінки СумДУ у таких соціальних мережах та зовнішніх інформаційних сервісах як Facebook, Instagram, Telegram, Twitter (англійською мовою), You Tube (у тому числі англійською мовою).

Протягом року вдалося розробити систему регулярного інформування аудиторії через названі сторінки, наростити базу підписників, вибудувати лояльність, що відображається у кількості реакцій на дописи та відео.

### Статистика роботи сторінок СумДУ у соціальних мережах за 2019 р.

Параметр	Станом на 1.12.2018 р.	Станом на 01.12.2019 р.
<b>Facebook</b>		
Кількість опублікованих дописів + сторіз		дописів + 366 + 86 репостів з власною “шапкою” сторіз + 197
Кількість підписників	1 882	2 694 + 812
Охоплення*	середнє: 30	середнє охоплення сторінки 2 016 сума охоплень 20 016 Дописів: max 7 558 та min 146
<b>Instagram</b>		
Кількість опублікованих дописів + сторіз	дописів 77	дописів 458 (+ 381) + сторіз 923 + IGTV 22
Кількість підписників	1423	3382 +1959
Охоплення	середнє: 1 692	середнє охоплення сторінки 3 877 сума охоплень 81 437 покази (скільки разів дивилися дописи/сторіз) – 104 598 Статистика щодо дописів: max 8 306 та min 2 181 Середнє охоплення кожної сторіз – 1 000 переглядів
<b>Telegram</b>		
Кількість опублікованих дописів	0	221
Кількість підписників	0	320
Охоплення	0	середнє 311
<b>Twitter</b>		
Кількість опублікованих дописів	0	384
Кількість підписників	0	54
Охоплення (загальне)	0	87 807
<b>You Tube</b>		
Кількість опублікованих відео	224	+ 60 287
Кількість підписників	206	+115 321
Кількість переглядів	з 3 лютого 2014 р. 67 232 перегляди	за рік 2918 переглядів

*Проведено такі інтерактиви та конкурси в мережах:*

- он-лайн вікторина «Чому я люблю СумДУ»;
- голосування за переможця загальноуніверситетського конкурсу «Персонаж та гасло СумДУ»;
- он-лайн квест «Я хочу навчатися в СумДУ»;
- он-лайн вікторина «SumDU\_challenge»;
- он-лайн день відкритих дверей на сторінці СумДУ в Інстаграм (протягом двох тижнів студентське самоврядування кожного інституту чи факультету знімали протягом дня «сторіз» про свій підрозділ).

У січні-березні проведена кампанія з розіграшу подарункових сертифікатів на послуги Університетської клініки та Басейну. Це дозволило підвищити зацікавленість до сторінок СумДУ у мережах, а також проінформувати громадськість про послуги, що надаються в підрозділах. Співробітники клініки зазначають, що кампанія позитивно вплинула на кількість відвідувачів.

ЦМРД постійно веде зйомку та публікацію відео-інтерв'ю з талановитими студентами, викладачами та співробітниками університету, хто має визначні досягнення. Серед найбільш популярних серед аудиторії відео можна назвати:

- серію відео зі стипендіатами програми Фулбрайта;
- серію інтерв'ю зі студентами, хто одночасно навчається і працює в СумДУ (принцип дуальної освіти);
- серію інтерв'ю зі студентами-магістрами про переваги магістратури в СумДУ (що сприяє популяризації навчання в магістратурі);
- інтерв'ю з викладачами (В. Гарбузова, Ю. Петрушенко, О. Пластун та ін.).

ЦМРД є ініціатором та організатором ряду загальноуніверситетських конкурсів, що позитивно вплинули на формування іміджу СумДУ:

- загальноуніверситетський конкурс «Персонаж та гасло СумДУ»;
- загальноуніверситетський конкурс «Про проведення загальноуніверситетського «Конкурсу ідей оновлення дизайну простору СумДУ»;
- загальноуніверситетський конкурс «Англомовних іміджевих матеріалів про СумДУ».

***Проведення навчальних заходів з підвищення кваліфікації на короткострокових очних та дистанційних семінарах для співробітників, викладачів, адміністрації університету та окремих груп студентів з питань інформаційної та рекламної діяльності.***

Проведено навчання для співробітників ДДО та ПК щодо позиціонування та роботи в соцмережах.

Центром були підготовлені рекомендації щодо принципів підготовки рекламних матеріалів структурними підрозділами СумДУ, що були розіслані на особисті кабінети керівників структурних підрозділів університету. Рекомендації містили поради щодо інформаційного наповнення та оформлення рекламних матеріалів, підготовки матеріалів для певних цільових груп, щодо використання відеоматеріалів про СумДУ, вимови та написання назви та аббревіатури університету.

Проведено семінар для структурних підрозділів щодо позиціонування та роботи в соціальних мережах та зовнішніх інформаційних сервісах (у тому числі з категорією «абітурієнти»).

### ***Висвітлення діяльності університету в закордонних ЗМІ.***

Розпочата діяльність щодо налагодження контактів із закордонними ЗМІ. Створена база даних діаспорних видань, що готові публікувати інформацію про досягнення СумДУ на території країн, де ці ЗМІ виходять.

Налагоджена співпраця з сайтом української діаспори у світі «Стожари», опубліковано новину «Група українських науковців відвідала штаб-квартиру НАТО» та «Сумський державний університет представив Україну на «освітньому Оскарі» в Лондоні» (цю публікацію одразу передрукувала інформаційна агенція Укрінформ).

Оновлено інформацію про СумДУ на сайті «Free apply» (<https://free-apply.com/university/1080400215>), що є одним з найбільших он-лайн каталогів університетів світу.

Проведені переговори з організаторами проекту «BBC StoryWorks» (Лондон) щодо можливої участі СумДУ в ньому, переговори з «Keystone Proposal Offer» – представниками сайту Keystone – онлайн каталогу університетів світу щодо розміщення там інформації про СумДУ, однак ціна участі в цих проєктах виявилася зависокою.

Оновлено інформацію про СумДУ у вільній енциклопедії Вікіпедія, а також організовано спільно зі структурними підрозділами університету оновлення інформації про СумДУ на зовнішніх сайтах. Розроблені та виготовлені рекламно-інформаційні матеріали англійською мовою (брошури, закладки, сувенірна мапа кампусів).

Здійснено інформаційну підтримку участі СумДУ в міжнародній конференції-премії «Reimagine Education-2019». Організована прес-конференція СумДУ в інформаційній агенції УНІАН (м. Київ) в грудні 2019 р.

Здійснено супровід зйомок програми «Бери вище» мовника UA-TV про українські заклади вищої освіти, що згодом буде перекладена іноземними мовами й включена в світовий ефір каналу.

## **2.3 Прес-центр СумДУ**

### ***1. Зовнішнє інформування.***

- У 2019 році продовжено практику регулярної розсилки прес-анонсів, прес-релізів, пост-релізів, поширення інформаційних повідомлень для взаємодії з місцевими та всеукраїнськими медіа. Як результат – зросла кількість публікацій про Сумський державний університет у загальноукраїнських медіа 352 (2018 – 347). На головній сторінці сайту за рік було опубліковано 698 (2018 – 749) новин. Кожна інформація, розміщена на сайті, поширюється у місцевих ЗМІ (від 1 до 8 репостів) на безоплатній основі.
- Усі події загальноуніверситетського значення були забезпечені медійним супроводом. Протягом року вийшло 73 (2018 – 71) телевізійних сюжети на обласних телеканалах та близько 80 сюжетів на радіо; організовано 59 (2018 – 57) медіа-заходів (прес-конференції, ефіри, брифінги, підходи до преси тощо).  
Нажаль не виконано створення Прес-центру як місця для проведення медійних заходів, комунікацій з представниками ЗМІ, спеціально обладнаного системою звуку та освітлення майданчика для проведення Інтернет-трансляцій, прес-конференцій, брифінгів тощо. Відповідні роботи розпочато, підготовлено проєкт.

### ***2. Внутрішнє інформування.***

Нажаль не досягнуто регулярності випуску «Інформаційного вісника» для інформування співробітників та студентів про актуальні університетські події, рішення, накази та іншу важливу інформацію. Впроваджено можливості інформування через особистий кабінет, але тільки кілька бюлетенів було випущено.

У 2019 році проведено реформування газети «Резонанс», яка з січня 2020 року виходитиме в форматі електронного загальноуніверситетського інформаційного вісника (щомісяця), друкованої університетської іміджевої газети (двічі на рік) та друкованих і електронних спецвипусків газети (за потребою). Протягом 2019 року було проведено 2 координаційні зустрічі з представниками структурних підрозділів університету щодо посилення комунікацій через ЗМІ та сайти структурних підрозділів. Прес-центр проводить регулярний моніторинг медіа, у т.ч. соціальних, для виявлення та реагування на негативні коментарі, що впливають на мікроклімат в колективі та імідж університету.

### ***3. Активність структурних підрозділів в інформаційній діяльності.***

Структурні підрозділи університету на регулярній основі користуються послугами університетських медіа, але залишаються менш активними у зовнішньому інформуванні, в першу чергу, через відсутність планування

медіасупроводу подій. Прес-центр, на жаль, не виступив менеджером по роботі з інститутами/факультетами.

У 2019 році активність в інформаційній діяльності проявляли навчально-науковий інститут фінансів, економіки та менеджменту ім. О. Балацького, Медичний інститут, факультет іноземної філології та соціальних комунікацій. Під час підготовки до заходів представники цих структурних підрозділів планують медіасупровід та висвітлення, є активними у поданні інформації на сайт тощо.

## 2.4 Центр медіа-трансляцій

Основні напрями діяльності Центру у 2019 році:

- медіа-супровід заходів та подій СумДУ і розповсюдження в мережі Інтернет інформації про них;
- впровадження нових технічних рішень у роботу Центру;
- організація роботи Радіо СумДУ.

Відбувається активна співпраця з підрозділами університету та студентським самоврядуванням. Запрацювало і демонструє гарні результати оновлене Радіо СумДУ. Кількість та якість відео-матеріалів, що створені відповідною групою Центру, та число їх переглядів в мережі Інтернет, значно більше у порівнянні з результатами 2018 року.

### Результати роботи групи відео-трансляцій

У роботу Групи впроваджено нову техніку, що надало можливість створювати якісний контент у сучасних відео-форматах. Станом на 19.12.2019 р., групою було проведено зйомки 39 подій (58 знімальних днів), серед них 19 подій транслювалися наживо

Дата події (місяць)	Назва події
Лютий	Вечір пам'яті Кузьми Скрябіна
	Шкільна ліга сміху
	Чемпіонат України з легкої атлетики
	Чемпіонат України серед школярів та Кубок України серед дорослих з Козацького двобою
	Відеоантологія сучасної української поезії «Римова» (літературно-музичний захід)
Березень	Концерт до міжнародного жіночого дня
	Козацький двобій
	Конференція «Індустрія 4.0»
	Майстер-клас «Тексти для бізнесу»
	Театральна вистава "Герцогиня с коvent-гарденского ринку"
Квітень	Шкільна ліга сміх
	Конкурс «Учитель року»

Дата події (місяць)	Назва події
	Танцювальний конкурс StudDance
	День відкритих дверей
	Ліга КВН «Сумка»
	Міс СумДУ 2019
	«Віч-на-віч з ректором»
	Містер іноземний студент СумДУ
Травень	Панельна дискусія з питань національної стійкості «Стійка Україна»
	Фестиваль науки
Червень	Sumy extreme style
Липень	Конкурс фізичних здібностей при вступі на спеціальність «Фізична культура і спорт»
Серпень	Посвята в студенти СумДУ
Вересень	Відкриття скульптури «загиблому воїну студенту»
	Відкриття Центру пляжного волейболу
	Фестиваль рок музики «Rockfest»
	Ліга КВН «Сумка»
	День кар'єри
Жовтень	Шкільна ліга сміху
	Святковий концерт до дня працівника освіти, «71 рік СумДУ»
	День міжнародної співпраці
	День відкритих дверей
Листопад	Чемпіонат зі спортивної аеробіки «Sumy Aerobic Cup 2019»
	Золотий інтеграл
Грудень	Шкільна ліга сміху
	Презентації та дебати команд на посаду студентських деканів/директорів/ректорів
	Звітний концерт Народної вокальної студії СумДУ і театру "Феєрія" «Об'єднані творчістю»
	Ліга КВН «Сумка»
	Короткометражний фільм «Коледж. Новорічна пригода»,

Загальна кількість переглядів відео, що опубліковані в мережі Інтернет на Youtube каналі ЦМТ, склала 42 600, нових підписників на каналі – 285 (для порівняння, за 2018 рік 36 600 та 254 відповідно).

Група активно співпрацює з багатьма структурними підрозділами СумДУ, так, наприклад, у серпні студентам Машинобудівного коледжу СумДУ було надано технічну допомогу у створенні пілотної серії другого сезону серіалу «Коледж», фрагмент якої згодом транслювався в ефірі ранкового шоу «Сніданок з 1+1» (відповідного телеканалу) та на телеканалі «UA:Суми» в програмі «На часі ранок».

Протягом року було заключено 5 договорів про надання додаткових платних послуг стороннім замовникам.

### **Результати роботи групи радіомовлення.**

Групою завершено роботу щодо технічного забезпечення функціонування системи радіомовлення. З вересня розпочато повноцінне функціонування Радіо –

для створення контенту, підготовки матеріалів програм, їх запису та монтажу залучено 12 студентів.

Групою відслідковуються українські і закордонні чарти та музичні тренди, систематично ведеться пошук популярного музичного контенту, перевірка його на цензуру для наповнення ефірної сітки мовлення.

До свят співробітники групи наповнюють тематичною музикою та контентом ефір Радіо. Були проведені інтерв'ю з переможцями конкурсу «Золотий інтеграл 2019», а також з іноземними студентами в рамках рубрики «Культурні цінності».

Рубрики «В курсі» та «Що нового в універі» акумулюють в собі інформацію з офіційних джерел, сторінок університету/інститутів/факультетів у соціальних мережах тощо, щоб інформувати студентів про актуальні новини та заплановані події. У ці рубрики також включається інформація, що надається за зверненнями від інших структурних підрозділів СумДУ.

Підготовлені науково-популярні програми, що інформують студентів про новітні технічні здобутки світу. Більш розважальні програми ознайомлюють слухачів як з класичними творами, так і з новинками зі світу кіно, музики та літератури.

Загалом створено 74 авторські та інформаційні програми (з них 44 українською та 32 англійською мовами), а також 127 україномовних та 40 англійськомовних короткотривалих музичних «перебивок».

### **Роботи в процесі виконання та плани щодо розвитку.**

Розробляється інтернет-сайт Центру, його запуск є пріоритетним завданням.

Групою радіомовлення на 2020 рік заплановано більш активний піар Інтернет-радіо, підготовка до затвердження нормативних документів, що описують діяльність Інтернет-радіо і внутрішньої мережі радіомовлення.

Облаштувати Центр у якості майданчику для проходження студентами навчальної практики, як на радіо, так і в напрямі студентського телебачення. Продовжується підготовка та подача на участь у грантових програмах заявок відповідної тематики.

Для збільшення кількості замовлень додаткових платних послуг, що надаються Центром, приділити більше уваги пошуку можливих замовників та постійних партнерів.

## **2.5 Група з бренд-менеджменту та виробництва медіа-контенту**

Протягом 2019 року група з бренд-менеджменту та виробництва медіа-контенту виконувала завдання з висвітлення подій, підготовки фото- та

відеоматеріалів, рекламних медіа-продуктів для позиціонування бренду СумДУ на теренах України та світу.

1. Виконано роботу з розробки «brandbook» СумДУ та дизайну прапора, розглянуто на засіданні Ради з інформатизації.
2. Відзнято та виготовлено значну кількість відео-контенту:
  - Оновлено та переозвучено англійську версію фільму про університет.
  - Оновлено англо- та українськомовні версії фільмів, присвячені науковій діяльності СумДУ.
  - Виготовлено фільми (3 версії, враховуючі англійську), присвячені навчанню на спеціальності 292 («Міжнародні економічні відносини» ННІ БТ «УАБС»).
  - Виготовлено фільми, присвячені навчанню на спеціальностях ННІ БТ «УАБС», а саме: 051 («Економіка»), 071 («Облік і оподаткування»), 072 («Фінанси та банківська справа») та загальний фільм про інститут.
  - Виготовлено фільми, присвячені навчанню на спеціальності «Міжнародне право» (ННІ Права).
  - Виготовлені відео, присвячені переможцям XXX Всесвітньої літньої універсиади 2019 року та відкриттю «Волейбольного центру» СумДУ.
  - Виготовлено фільм, присвячений проведенню всеукраїнського симпозиуму з ленд-арту «Могриця 2018. Простір покордоння».
  - Виготовлено фільм, присвячений проведенню всеукраїнського чемпіонату з козацького двобію на базі спортивного комплексу «Манеж».
  - Згідно договору за №932 від 4 листопада 2019 року з ПАТ «СУМБУД», виготовлено фільм, присвячений будівництву мікрорайону «Еспланада».
3. Згідно Положення про роботу групи було проведено 94 (87 у 2018 р.) фото-зйомки, 37 (31 у 2018 р.) відео-зйомок та 53 (38 у 2018 р.) веб-конференції.
4. Наповнюється фото- та відеоархів, що знаходиться в хмарному сховищі. Це дає змогу надавати посилання на потрібні файли будь-якому структурному підрозділу університету. Також зроблено «дзеркало» основного архіву, на 70% підготовлено для надання загального посилання всім зацікавленим користувачам структурних підрозділів.
5. Завдяки координуванню дій та за активної підтримки співробітників групи БМ-МК проведено творчу зустріч делегації Інституту мистецтв, дизайну та технологій (Ірландія).
6. Виконано зовнішніх замовлень на суму близько 30 тис грн (відповідно до наказу 0146-І від 14 березня 2017 «Про послуги, що надаються групою з бренд-менеджменту та виробництва медіа-контенту» зі змінами та доповненнями).
7. У 2019 році проведено три повних, багаточасових відео-зйомки лекцій університетських та іноземних викладачів, гостей університету.

8. Скоординовано та проведено у співпраці з Сумським міським відділом культури та Національною Спілкою Фотохудожників України V єдиний Сумський фотопленер «Перекотиполе 2019».
9. Організовано та проведено, згідно плану роботи на рік, літню фотовиставку («Конгрес-центр» СумДУ) та осінню творчу зустріч з представниками київського фотоклубу на базі готельного комплексу СумДУ.

## **2.6 Студентська медіа-агенція «Studio 16x9»**

Агенція, після її створення у квітні 2019 року, шляхом реорганізації навчально-виробничого центру «Studio 16x9», почала активно виконувати завдання з пошуку та залучення студентської молоді для реалізації принципово нового та молодіжно-емоційного медіа-контенту.

Протягом 2019 року студентська медіа-агенція «Studio 16x9» виконувала такі завдання: створення фото- та відео-звітів із студентських та загальноуніверситетських заходів, рекламних профорієнтаційних відео, іміджеві фото для соціальних мереж та приймальної комісії, медіа-підтримка проєктів студентського самоврядування та проведення курсів із написання текстів.

1. За рік було знято та змонтовано 86 відеороликів, включаючи короткі (до 30 секунд) з одного проєкту, серед них можна виділити 37 повноцінних відео. Найбільш популярні та вагомі:

- промо-відео до студентського міського заходу «StudDance»;
- серія відео «SumDU Interviewer» (спільно із студентським ректоратом) та відео-кліп за участі іноземних студентів до концерту 8 березня;
- промо-відео до конкурсу «Міс СумДУ 2019» та супровідні відео конкурсу;
- профайли команд «Шкільної Ліги сміху» на всіх етапах;
- рекламне промо-відео для кафедри фінансів і підприємництва;
- рекламне промо-відео університету для показу в кінотеатрах міста;
- відео-звіти із заходів: відкриття пам'ятника «студенту-воїну», відкриття Центру з пляжного волейболу, дні відкритих дверей, конкурс огляд «Золотий Інтеграл 2019», посвята у студенти СумДУ, студентська фотовиставка «No Smoking», дні міжнародної співпраці (відео було презентоване під час урочистого закриття заходу), школа органів студентського самоврядування, кращий студент СумДУ 2019, звітний концерт Народної вокальної студії СумДУ;
- серія промо-відео для фотобуку СумДУ (контент для конференції Reimagine Education 2019 в Лондоні).

Проведено 25 фотозйомок, серед яких: «Міс шкільна красуня 2019», «Міс СумДУ 2019», «Фестиваль науки», оновлення портретів ректорату для сайту СумДУ, посвята в студенти, фотозйомка студентів для соціальних мереж та приймальної комісії, концерт до дня викладача, фінал «Шкільної Ліги сміху» тощо.

2. Проводяться постійні майстер-класи студентам для підвищення знань та умінь, пошук нових потенційних співробітників серед талановитої студентської молоді із залученням до виконання студентських завдань.

3. За підтримки студентського самоврядування СумДУ та в рамках реалізації проєктів «VI Конкурсу студентських ініціатив 2019» студентами-співробітниками був реалізований проєкт студентської фотостудії.

## 2.7 Група комп'ютерних технологій дизайну

Основними завданнями групи є розробка рекламно-інформаційних матеріалів для представлення СумДУ у інформаційному просторі.

Для цього були виконані дизайн-макети банерів та ілюстрацій на сайти домену sumdu, для соціальних мереж, плакати, афіші, флаєри та інші роздаткові матеріали для потреб приймальної комісії та вступної кампанії. Для внутрішнього інформування співробітників університету про новини та події були розроблені макети інформаційного вісника.

Збільшилася частка розроблених візуалізованих 3D моделей. Зокрема, були виконані проєкти візуалізації дизайну приміщень приймальної комісії, коворкінг центру в бібліотеці, прес-центру СумДУ, дизайну стендів приймальної комісії, сцени з поштовою скринькою для підтримки процесу звернень громадян.

Більш детальний звіт наводиться у таблиці

№ з/п	Зміст проєкту	Термін виконання	Виконання спільно з	Примітка
1.	Розробка макетів банерів на сайт СумДУ та вітальних листівок до свят та визначних подій	Протягом року	Прес-центр, ЦБВМ	Виконано дизайн 14 банерів та 26 вітальних листівок
2.	Розробка макету інформаційного вісника	Протягом року	Прес-центр	Виконано 5 макетів вісника
3.	Розробка дизайну фото-буклету СумДУ для міжнародних та українських партнерів, фото-буклету «Сучасне обличчя СумДУ»	Січень-вересень	ВМЗ, ЦМРД	Виконано макет 3 фото-буклетів
4.	Розробка дизайну рекламних та профорієнтаційних матеріалів для приймальної комісії	Протягом року	Приймальна комісія	Виконано дизайн 20 ілюстративних матеріалів (плакатів, флаєрів, буклетів, анімаційних банерів, запрошень та інших)

№ з/п	Зміст проекту	Термін виконання	Виконання спільно з	Примітка
5.	Розробка та візуалізація 3D моделі стендів приймальної комісії, плакатів для стендів	Березень - жовтень	Приймальна комісія	Виконано 3 моделі стендів та 12 макетів плакатів для них
6.	Розробка та візуалізація 3D моделі проекту приміщення приймальної комісії	Квітень	Приймальна комісія	Виконано 2 варіанти дизайну приміщення
7.	Виконання ілюстрацій для бренд-буку університету згідно завдань п.6.6.2 Стратегічного плану розвитку СумДУ	Березень - вересень	група БМ-МК	Виконано макети дизайну 3 аудиторій, автобусу, талісману для бренд-буку
8.	Реалізація векторних логотипів підрозділів університету для рекламних матеріалів	Березень	ЦМРД	Виконано 11 логотипів для факультетів (інститутів) СумДУ
9.	Розробка дизайну мобільного додатку «Академічна доброчесність»	Жовтень - грудень	Група ВеБІС, Група сприяння АкД	Виконано макети дизайну 10 сторінок, логотипу для додатку
10.	Виконання поточних замовлень від підрозділів СумДУ	Протягом року		Виконано флаєри, анімовані банери, афіші, буклети, плакати, макети сайту, логотипи тощо за субрахунки медичного інституту, інституту права, університетської клініки, НКМЦ «ІТП», ТеСЕТ

### 3. ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ НА 2020 РІК

1. Підтвердження позицій СумДУ у рейтингах ТНЕ та входження до нових рейтингів ТНЕ за галузями знань.
2. Посилення взаємодії СумДУ з Шанхайським рейтинговим агентством з метою розроблення стратегії й тактичного плану входження СумДУ до рейтингу ARWU.
3. Створення ефективних механізмів моніторингу та впорядкування загальноуніверситетського контенту та контенту вебсайтів структурних підрозділів з метою покращення ергономіки (user experience) вебсистеми СумДУ.
4. Завершити формування та налагодити діяльність медіа-центру СумДУ з метою здійснення під єдиним керівництвом злагодженої, ефективної роботи з

реалізації інформаційно-рекламної політики та представлення у медіа-просторі.

5. Удосконалити роботу прес-центру:
  - покращити менеджмент діяльності, якість та своєчасність виконання завдань;
  - регулярно (2 рази на місяць) випускати інформаційний бюлетень для внутрішнього інформування та покращити механізми інформування співробітників та студентів про актуальні університетські події, рішення, накази;
  - для підвищення рівня інформаційної діяльності провести семінари, консультації для структурних підрозділів університету, включивши до порядку денного питання кризових комунікацій;
  - виконувати функцію «контрпропаганди» у зовнішньому медіа-просторі тощо.
6. Розробити та затвердити «Принципи діяльності СумДУ у медіа-просторі», де передбачити питання представлення в закордонному інформаційному просторі, присутності університету у соціальних мережах, розробки рекламної продукції для різних цільових аудиторій, створення фото та відео-контенту тощо.
7. Для проведення медійних заходів, комунікацій з представниками ЗМІ, реалізувати проєкт створення відповідно обладнаного Прес-центру.
8. Розпочати підготовку та випуски газети «Резонанс» в оновленому форматі та за сучасними рішеннями, у тому числі англійськомовні випуски.
9. Випустити нові версії рекламних фільмів про СумДУ українською, російською та англійською мовами, серію відеороликів з різних тематичних напрямів.
10. Започаткувати університетську сторінку в соціальних мережах німецькою мовою, покращити якість англійськомовної сторінки, розпочати розміщення в Інтернеті матеріалів китайською, польською та іншими мовами.
11. Підготувати та випустити оновлений англійськомовний каталог освітніх та наукових пропозицій СумДУ.
12. Протягом року підготувати та подати кілька заявок на участь у міжнародних грантових програмах ЄС та інших.
13. Активно співпрацювати з регіональними замовниками, органами місцевого самоврядування з надання платних медіа-послуг.