

PR-ПРОЕКТ

«ИГТА – ТекСтильная академия»

Высшее учебное заведение как бренд	
Название вуза (полностью)	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Ивановская государственная текстильная академия»
Краткая историческая справка	<p>Свое происхождение ИВАНОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ ТЕКСТИЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ (ИГТА) ведет от учрежденного в 1918 году текстильного факультета Иваново-Вознесенского политехнического института. В 1930 году ИВПИ был разделен. На базе химического факультета был создан Ивановский химико-технологический институт (ИХТИ). На базе прядильно-ткацкого — Ивановский текстильный институт им. М.В.Фрунзе (ИвТИ). На базе инженерно-механического факультета ИВПИ образован Ивановский энергетический институт (ИЭИ). Статус академии вузу был присвоен в 1994 году. За годы своего существования академия подготовила более 45 тысяч высококвалифицированных специалистов для различных отраслей легкой промышленности нашей страны и 40 стран Европы, Азии, Африки и Латинской Америки.</p> <p>В настоящее время ИГТА – один из ведущих вузов России по подготовке специалистов с высшим образованием для текстильной промышленности. В настоящее время в академии обучается свыше 9000 студентов, более 140 аспирантов и докторантов, работают около 400 преподавателей, из них 73% имеют ученые степени и звания. В академии развиваются 13 научных направлений, в том числе по приоритетным направлениям развития науки и техники в Российской Федерации. За успехи в подготовке специалистов для народного хозяйства и научные достижения академия награждена орденом Трудового Красного Знамени и почетными грамотами Верховного Совета РСФСР и Государственной Думы Российской Федерации. ИГТА активно сотрудничает с отечественными и зарубежными вузами, научными центрами, предприятиями и организациями; развивает сеть своих филиалов и представительств в центрах текстильной и швейной промышленности России.</p>
Миссия	Обеспечение возможности каждому человеку формиро-

	<p>вать индивидуальную образовательную траекторию для дальнейшего профессионального, карьерного и личностного роста</p>
Цель развития бренда	<p>Сформировать имидж ИГТА как современного вуза - лидера в подготовке кадров высшей квалификации для легкой промышленности, сервиса и дизайна.</p>
Задачи развития бренда	<ol style="list-style-type: none"> 1) повысить конкурентоспособность ИГТА среди других высших образовательных учреждений; 2) скорректировать корпоративную культуру с учетом современных требований; 3) укрепить финансовые позиции вуза за счет привлечения обучающихся на коммерческой основе; 4) усилить взаимодействие с представителями государственной власти, общественности и СМИ.
Позиционирование	<ol style="list-style-type: none"> 1) Текстильный вуз в текстильном крае; 2) Получение востребованных рынком труда специальностей; 3) Наилучшее соотношение цена/качество обучения; 4) Доступны все формы обучения (дневная, очно-заочная (вечерняя), заочная, второе высшее, дистанционное), территориальная доступность (сеть филиалов и представительств академии в стране и регионе); 5) Приобретение за годы обучения в академии не только теоретических знаний, но и реального практического опыта; 6) Возможность жить ярко и интересно как в процессе обучения, так и после него.
Конкурентные преимущества	<ol style="list-style-type: none"> 1) Растущая востребованность на рынке труда высококвалифицированных специалистов в области современной текстильной технологии, проектирования, автоматизации и эксплуатации текстильного оборудования, нанотехнологий производства волокнистых материалов, текстильного материаловедения, управления качеством изделий легкой промышленности, товаров и услуг, технологии швейных изделий, индустрии моды, текстильного дизайна, социально-культурного сервиса, информационных технологий, математического моделирования и инженерного анализа сложных систем в общем машиностроении, экономики и управления на предприятиях легкой промышленности. 2) Наличие сложившегося кадрового ядра организации в

	<p>лице ее руководителей, ведущих преподавателей и сотрудников</p> <p>3) Сформированная десятилетиями оргкультура (традиции, принципы и отношения с окружающими людьми)</p> <p>4) В вузе внедрена система менеджмента качества образования, с помощью, которой контролируются основные направления деятельности академии. ИГТА становилась дипломантом и лауреатом конкурса «Внутривузовские системы обеспечения качества подготовки специалистов», проводимого Федеральной службой по надзору в сфере образования и науки. В 2010 году Академия стала лауреатом «Первого Всероссийского конкурса Всероссийской организации качества».</p> <p>5) Использование инновационных методов обучения;</p> <p>6) Налаженные международные связи позволяют проходить стажировку преподавателям и студентам в лучших вузах Германии, Испании, Китая, Монголии, Египта, США, Франции и ряда других стран.</p>
Уникальность	<p>1) Ивановская государственная текстильная академия – старейший текстильный вуз России.</p> <p>2) Некоторые специальности представлены только в нашем вузе (конструирование изделий легкой промышленности, художественное проектирование (дизайн) изделий текстильной и легкой промышленности).</p> <p>3) Сочетание технической и гуманитарной направленности позволяет выпускать специалистов широкого профиля, легко адаптирующихся к требованиям рынка.</p>
PR-проект	
Название проекта	ИГТА – ТекСтильная академия
Преамбула (свободное обоснование в тезисной форме)	<p>Ивановская государственная текстильная академия – старейший текстильный российский вуз, с богатой историко-культурной средой, многолетними традициями классических образовательных технологий и инновациями в обучении, давно и прочно занимает свою нишу в образовательном пространстве.</p> <p>В условиях экономического и демографического кризиса, усиления конкурентной борьбы на рынке образовательных услуг возникла необходимость в укреплении репутации вуза, его положения на рынке и более активном привлечении учащихся.</p>
Цель проекта	Побуждение целевой аудитории к потреблению предлага-

	емых услуг вуза посредством их прямого продвижения.																
Задачи проекта	1) Повысить уровень информированности целевой аудитории о предлагаемых услугах и условиях их получения 2) Увеличить численность абитуриентов в будущем учебном году																
Целевая аудитория	Внешняя целевая аудитория: абитуриенты и их родители, работодатели, правительство и СМИ. Внутренняя целевая аудитория: студенты и сотрудники академии																
PR-методы, которые используются	Оптимизация содержимого сайта организации, организация взаимодействия со СМИ, презентации, публичные выступления, пропаганда, реклама, корпоративные издания																
Календарный план реализации проекта	<p>Календарный план реализации предложенного проекта лучше представить в виде таблицы 1.</p> <p>Таблица 1 - Календарный план реализации проекта (февраль-май 2012гг.)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Мероприятие</th> <th>Время проведения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Единовременная оптимизация сайта www.igta.ru и обучение сотрудников ИГТА для последующего постоянного обновления контента</td> <td>Февраль 2012 г.</td> </tr> <tr> <td>Размещение баннера на сайте www.ivanovo-online.ru и www.ivbb.ru</td> <td>В течение всего периода</td> </tr> <tr> <td>Изготовление и непосредственное размещение 30-секундного рекламного ролика на радио Европа+</td> <td>В течение всего периода, дважды в день</td> </tr> <tr> <td>Создание и распространение студенческой газеты «Стильная ТекСтильная»</td> <td>В течение всего периода, ежемесячно</td> </tr> <tr> <td>Печать буклетов для дня открытых дверей</td> <td>Февраль 2012 г.</td> </tr> <tr> <td>Съемка профессионального видеоролика об ИГТА</td> <td>Апрель 2012 г.</td> </tr> <tr> <td>Печать и раздача информационных листовок промоутерами</td> <td>Апрель-май 2012 г.</td> </tr> </tbody> </table>	Мероприятие	Время проведения	Единовременная оптимизация сайта www.igta.ru и обучение сотрудников ИГТА для последующего постоянного обновления контента	Февраль 2012 г.	Размещение баннера на сайте www.ivanovo-online.ru и www.ivbb.ru	В течение всего периода	Изготовление и непосредственное размещение 30-секундного рекламного ролика на радио Европа+	В течение всего периода, дважды в день	Создание и распространение студенческой газеты «Стильная ТекСтильная»	В течение всего периода, ежемесячно	Печать буклетов для дня открытых дверей	Февраль 2012 г.	Съемка профессионального видеоролика об ИГТА	Апрель 2012 г.	Печать и раздача информационных листовок промоутерами	Апрель-май 2012 г.
Мероприятие	Время проведения																
Единовременная оптимизация сайта www.igta.ru и обучение сотрудников ИГТА для последующего постоянного обновления контента	Февраль 2012 г.																
Размещение баннера на сайте www.ivanovo-online.ru и www.ivbb.ru	В течение всего периода																
Изготовление и непосредственное размещение 30-секундного рекламного ролика на радио Европа+	В течение всего периода, дважды в день																
Создание и распространение студенческой газеты «Стильная ТекСтильная»	В течение всего периода, ежемесячно																
Печать буклетов для дня открытых дверей	Февраль 2012 г.																
Съемка профессионального видеоролика об ИГТА	Апрель 2012 г.																
Печать и раздача информационных листовок промоутерами	Апрель-май 2012 г.																

<p>Бюджет</p>	<p>1. Совершенствование интернет-сайта, его продвижение (за 4 месяца). Единоновременная оптимизация сайта www.igta.ru и обучение сотрудников ИГТА для последующего обновления контента – 2000\$</p> <p>2. Размещение рекламного баннера на сайте www.ivanovo-online.ru – 80\$ x 4 = 320\$, на сайте www.ivbb.ru – 400\$ x 4 = 1600\$.</p> <p>3. Изготовление и непосредственное размещение 30-секундного рекламного ролика на радио Европа+: 50\$ + ((11\$ x 2) x 121) = 2514 \$ 50 \$ - создание радиоролика самим Европа+ (11 \$ - стоимость 30-ти секунд в эфире x 2 раза в день, 121 день за 4 месяца)</p> <p>4. Съёмка профессионального видеоролика об ИГТА Расходы на зарплату оператора и монтажёра – 100\$/час (за 5 часов) = 500\$.</p> <p>5. Печать буклетов для дня открытых дверей, 500 шт. А4 2 фальца, за шт. – 0,73\$ x 400 + 0,75\$ x 100 = 367\$</p> <p>6. Печать информационных листовок 10 000 шт. 178,77\$</p> <p>7. Зарплата промоутерам за раздачу листовок и газеты 2 человека по 2 месяца каждый, 3 раза в неделю по 4 часа. Стоимость часа – 10\$. Итого 1920\$</p> <p>8. Печать газеты Себестоимость 0,5\$ газеты в 4 листа. Тираж 1000 экз. Сумма 500\$ x 4 = 2000\$</p> <p>9. Распространение газеты Свободное распространение газеты в торговых центрах (бесплатно).</p> <p>Теперь можно представить полученную информацию в виде таблицы 2.</p>
---------------	---

Таблица 2 – Бюджет проекта

Мероприятие	Стоимость
1. Единовременная оптимизация сайта www.igta.ru и обучение сотрудников ИГТА для последующего постоянного обновления контента	2.000\$
2. Размещение рекламного баннера на сайтах: www.ivanovo-online.ru, www.ivbb.ru	1.920\$
3. Изготовление и непосредственное размещение 30-секундного рекламного ролика на радио Европа+	2.712\$
4. Съёмка профессионального видеоролика об ИГТА	500\$
5. Печать буклетов для дня открытых дверей	367\$
6. Печать информационных листовок и раздача их промоутерами	2.097,77\$
7. Создание и распространение студенческой газеты «Стильная ТекСтильная»	2.000\$
Итого	11.596,77