

Назва проекту	Крок назустріч майбутньому
Преамбула	За результатами моніторингу виявлено, що серед 26 ВНЗ Донеччини зростає конкуренція не просто за абітурієнтів, а за здібних абітурієнтів, здатних зміцнювати в майбутньому інтелектуальний потенціал і самого ВНЗ, і регіону. Тому PR-проект «Крок назустріч майбутньому» повинен вирішити проблему підвищення конкурентоспроможності бренду, зробити ВНЗ для цільової аудиторії більш знаним, авторитетним, відомим.
Мета проекту	Залучення талановитої молоді Донеччини до навчання у МДУ; відбудування від конкурентів; позиціонування бренду університету на регіональному рівні.
Завдання проекту	<ul style="list-style-type: none"> - ознайомити майбутніх абітурієнтів зі спеціальностями університету, перевагами навчання в МДУ; - створити образ авторитетного у світі ВНЗ, надійного, комфортного для навчання; - забезпечити привабливість образу за рахунок емоціоналізації, міфологізації МДУ та його спеціальностей.
Цільова аудиторія	Випускники шкіл (учні 10-11 класів, що вчать на «добре», «відмінно») та їх батьки
PR – засоби, що використовуються	<p>1. Діалог:</p> <ul style="list-style-type: none"> - зустрічі (профорієнтаційна робота в школах, на засіданнях Малої Академії наук, шкільних олімпіадах та конкурсах з фахових дисциплін); -ЗМІ (інтерактивні форми). <p>2. Реклама</p> <ul style="list-style-type: none"> -рекламна продукція -іміджеві статті у ЗМІ - зовнішня реклама біля корпусів МДУ та шкіл, ліцеїв, гімназій, будинків дитячої творчості, бібліотек, молодіжних центрів та кафе. <p>3. Просування:</p> <ul style="list-style-type: none"> - директ-мейл -іміджеві промо-заходи -конкурси -особистий контакт - соціальні мережі -студентські практики

	<p>4. Лобіювання</p> <ul style="list-style-type: none"> - активна участь викладачів ВНЗ в журі фахових конкурсів для школярів, - вчительських нарадах, - шкільних олімпіадах, - засіданнях Малої Академії наук. <p>Вибір каналів комунікації:</p> <p>1. Міські ЗМІ –«Приазовский рабочий», ТВ7, МТВ, «Сигма». «Європа Плас», «KissFM», «Хит ФМ»</p> <p>2. Регіональні ЗМІ –газети «Донбасс» «Донецкие новости», телеканал «Донбасс»</p> <p>4. Інтернет-ресурси – сайт abiturient.in.ua, parta.com.ua</p> <p>5. Соціальні мережі, особисті контакти</p>
<p>Календарний план реалізації проекту</p>	<p>Період проведення:4 місяці (лютий-травень 2012 року)</p> <p>Календарний план заходів:</p> <p><i>1 етап – привернути увагу</i></p> <p>Лютий</p> <ul style="list-style-type: none"> -демонстрація на місцевих та регіональних рейтингових каналах іміджевого фільму про МДУ; -яскравий рекламний ролик на молодіжних радіостанціях; -нестандартні, креативні промо-заходи (конкурси, вистави, змагання із залученням абітурієнтів); - просування через соціальні мережі (створення віртуальних співтовариств для обговорення фільму, конкурсів, університетських новин, розсилка студентами фото молодшим друзям – школярам зі закордонних стажувань чи університетських свят); - розміщення 10 білбордів по місту. <p><i>2 етап – ознайомити</i></p> <p>Березень – Квітень</p> <ul style="list-style-type: none"> - поїздки викладачів з профорієнтацією в сільські райони; - проведення Дня відкритих дверей; - публікації в ЗМІ; - лобіювання (активна участь викладачів ВНЗ в журі фахових конкурсів для школярів, вчительських нарадах, шкільних олімпіадах, засіданнях Малої Академії наук - роз’яснювальна робота у школах та на батьківських

	<p>зборах.</p> <p><i>3 етап – сподобатись</i></p> <p>Травень</p> <ul style="list-style-type: none"> - організація та проведення університетських свят, конференцій, форумів на регіональному рівні; - демонстрація іміджевого фільму; - яскраві рекламні ролики на радіо; - розповсюдження зошитів з логотипом МДУ та щасливими обличчями молоді в конфедератках; - розповсюдження буклетів про МДУ
Бюджет	<p>Бюджет проекту:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виготовлення іміджевого фільму про МДУ 20 000 грн. - розміщення фільму на місцевих та регіональних каналах у прайм-тайм. <ul style="list-style-type: none"> • ТРО Маріупольське телебачення – 4000 грн. • ТРК ТВ-7 – 4500 грн. • ТРК Сигма – 4500 грн. • ТРК «Донбасс» – 6000 грн. - виготовлення рекламного ролику на радіо та розміщення згідно з медіа-планом на місяць –16 000 грн. - іміджеві публікації в ЗМІ – 11 600 грн. - виготовлення та розміщення білбордів (10 ×1500грн = 15 000 грн.) - виготовлення обкладинок з логотипом МДУ для зошитів в типографії університету –13 400 грн. - закупівля зошитів – 5 000 грн. (1 грн. зошит)