

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «НОВОСИБИРСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ОТКРЫТЫЙ ВСЕУКРАИНСКИЙ СТУДЕНЧЕСКИЙ  
КОНКУРС PR-ПРОЕКТОВ «ЗОЛОТОЙ КОМПАС»**

**Авторы: О.Мельникова, А. Морозова**

**Научный руководитель: Т.А. Воробьева**

# КРАТКАЯ ИСТОРИЧЕСКАЯ СПРАВКА

- 1 сентября 1953 г. начались учебные занятия на 1 курсе Новосибирского электротехнического института. В год открытия института в штате на 3-х кафедрах работало 11 преподавателей и 7 лаборантов. С 1969 года ведется подготовка абитуриентов для поступления в вуз. Число студентов в 1971 году составляло 12913 человек, а к 1980 г. на 11 факультетах НЭТИ обучалось уже 15610 человек.
- В настоящее время в НГТУ существует 11 факультетов дневного отделения, Институт дистанционного обучения, Институт социальной реабилитации, Заочный факультет, Факультет повышения квалификации, Институт дополнительного профессионального образования, Народный факультет, Инженерный лицей. Общее число студентов превышает 21 000 человек. Обучение ведется по более чем 120 специальностям и направлениям подготовки, в магистратуре, аспирантуре и докторантуре.

**Миссия университета:** развитие профессионального образования, проведение фундаментальных и прикладных научных исследований мирового уровня, трансферт результатов интеллектуальной деятельности, подготовка кадров для приоритетных отраслей экономики России.



# ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ РАЗВИТИЯ БРЕНДА

**Цель:** формирование научно-образовательной среды университета международного уровня, интегрированной с фундаментальной наукой и бизнесом, которая обеспечивает разработку и коммерциализацию наукоемкой и инновационной продукции и подготовку кадров для приоритетных направлений развития экономики России.

## **Задачи:**

1. Развитие научной инфраструктуры и обеспечение мирового уровня исследований и разработок;
2. Совершенствование научно-образовательной деятельности, направленной на кадровое обеспечение отраслей экономики;
3. Развитие инновационной инфраструктуры для реализации результатов интеллектуальной деятельности;
4. Формирование и развитие кадрового потенциала;
5. Модернизация системы управления и финансово-экономических отношений университета;
6. Развитие информационно-коммуникационной среды;
7. Повышение уровня российского и международного признания университета (в рейтингах российских и международных агентств).
8. Создание благоприятных социальных условий для жизни и деятельности преподавателей, сотрудников и студентов.
9. Поддержание сложившихся и создание новых традиций университета.

# ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ, КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА И УНИКАЛЬНОСТЬ

НГТУ - один из крупнейших научно-образовательных центров СФО, специализирующийся на инженерной подготовке студентов.

## Конкурентные преимущества:

- Проведение международных, всероссийских и региональных конференций, круглых столов, олимпиад, конкурсов для студентов, аспирантов и молодых ученых с целью обмена опытом и приобретения практического опыта по специальности.
- Проведение исследований в области проблем высшего образования, совершенствования учебного процесса, повышения качества подготовки специалистов.
- Наличие опыта инновационной деятельности, в том числе международной, с привлечением студентов к выполнению реальных инновационных проектов, в частности, на базе студенческого бизнес-инкубатора.
- Привлечение зарубежных преподавателей и научных сотрудников, в том числе из Германии, Польши, Чехии, США.
- Организация довузовской подготовки (в т.ч. дистанционной).
- Использование технологий электронного обучения в образовательном процессе (в т.ч. системы сопровождения учебного процесса DiClass, разработанной в НГТУ).
- Удобное местоположение: университет располагается в административном центре Новосибирской области и СФО, в досягаемой близости от станции метро и остановок всех наземных видов транспорта.
- 100% обеспечение студентов местами в общежитиях.
- Получение европейского приложения к диплому
- Функционирование регионального центра трудоустройства и адаптации выпускников к рынку труда.
- Льготы, предоставляемые победителям и призерам олимпиад школьников.
- Культурно-досуговая деятельность университета: Дворец спорта, спорткомплекс и Центр культуры, предоставляющие студентам всевозможный простор для творчества и самореализации.
- Собственные поликлиника, профилакторий, научная библиотека, издательство, типография.

**Уникальность ВУЗа** заключается в высокой востребованности выпускников технических специальностей у работодателей.

# НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА И ПРЕАМБУЛА

**Название проекта:** «Технари всегда в почёте!»

- Получение высшего образования всегда актуально. И для удовлетворения этой потребности в нашей стране функционирует несколько сотен вузов. Каждый из них заинтересован как в привлечении абитуриентов, так и в налаживании лояльных отношений с ними. В университете есть отделы маркетинга, которые ведут активную работу по продвижению ВУЗа и повышению его узнаваемости.
- Важно не только привлечь людей в учебное заведение, но и удержать их там. Ситуация на образовательном рынке такова, что с увеличением количества учебных заведений, особенно в больших городах, возникает необходимость «бороться» за каждого абитуриента, а значит, применять наиболее эффективные инструменты продвижения.

# ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

**Цель проекта:** создание бренда, который максимально отвечает ожиданиям абитуриентов, воспринимается целевой аудиторией целостно и отчетливо, привлекает внимание и внушает доверие.

## **Задачи проекта:**

1. Разработка комплекса визуальных и вербальных элементов, которые отражают исключительность ВУЗа.
2. Проведение мероприятий, направленных на повышение узнаваемости и привлекательности ВУЗа в масштабах России и стран ближнего зарубежья.

**Целевая аудитория:** абитуриенты

## **Используемые PR- методы:**

- Использование сети Интернет как канала коммуникации с целевой аудиторией.
- Информационные кампании, сопровождающие проведение специализированных выставок, презентаций, семинаров, представительских мероприятий и т.д.
- Стереотипы и мифы в управлении общественными отношениями
- Слухи в PR-работе
- Учреждение наград, проведение конкурсов и т. п.
- Привлечение преподавателей- «звезд».



# КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

## **Конкурс «Преподаватель года»**

С 1.10.2012 – 1.12.2012 года

## **Организация и проведение пробных курсов по специальности**

Со 2.12.2011 - по настоящий момент

## **Продвижение творческих направлений и коллективов**

В течение 2012 года

## **Создание и посев вирусного ролика «Танц-моб в НГТУ»**

С 15.02 – 25.02 2012 года

## **Продвижение конференций, семинаров, круглых столов и т.д., проводимых в университете**

В течение 2012 года

## **Приглашение «преподавателей-звезд»**

В течение 2011-2012 годов

## **Усовершенствование технического оснащения университета (организация своего телевидения)**

С 1.08 – 1.09 2012 года

## **Разработка и внедрение виртуального тура по университету**

Запланировано на 2013 год

## **Посев вирусных роликов про Митю** (разработанных на кафедре социально-массовых коммуникаций НГТУ)

2011-2012 гг.

## **Использование эмбиент-медиа**

Запланировано на 2013 год

## **Разработка приложения в социальной сети «Vkontakte»**

Запланировано на 2013 год

## **Установление сотрудничества со специалистами других ВУЗов**

Запланировано на 2012-2013 гг.

---

(ОРАНЖЕВЫМ ЦВЕТОМ ВЫДЕЛЕНА МЕРОПРИЯТИЯ, КОТОРЫЕ УЖЕ ПРОВЕДЕНЫ/ТОЧНО ПЛАНИРУЮТСЯ ПРОВЕСТИ УНИВЕРСИТЕТОМ)



# МЕРОПРИЯТИЯ ПРОЕКТА

Поскольку обратная связь является основой системы интегрированных маркетинговых коммуникаций, обеспечивающая ее жизнедеятельность и эффективность, то все мероприятия проекта разрабатывались с учетом этой составляющей.

**Конкурс «Преподаватель года».** В ходе проведения конкурса выявляются преподаватели, имеющие высокий профессионализм и педагогическое мастерство. Конкурс проводится на базе НГТУ, что позволит привлечь дополнительное внимание к бренду университета.

Проведение конкурса на всех уровнях предполагает: оценку системы работы преподавателя; анализ содержательных и технологических методик, новых приемов и подходов к передаче знаний; выявление коммуникативных качеств конкурсантов.

## **Организация и проведение пробных курсов по специальности**

Пробные курсы по специальности рассчитаны на школьников 10-11 классов. Целью таких курсов является привлечение абитуриентов в университет, а также предоставление возможности будущим студентам разобраться в том, насколько им подходит выбранная профессия. Таким образом, их выбор будет более осознанным, а сами абитуриенты будут более мотивированными, что облегчит процесс их дальнейшего обучения в ВУЗе. Данное мероприятие обеспечивает налаживание обратной связи с потенциальными студентами университета точечным способом.

## **Продвижение творческих направлений и коллективов.**

○ Выступления творческих коллективов НГТУ в различных фестивалях, конкурсах и на открытии торговых центров, в иных общественных мероприятиях (Маланинский фестиваль, конкурс им. Косыка, Фестиваль в Болгарии «Дружба», фестиваль «БАЛтийское соЗВЕЗДие» (СПБ), Участие праздновании 60-летия Ижевского государственного технического университета (Ижевск), День города, 9 мая, День пожирателей рекламы).

○ Предложения: НГТУ может выступать в качестве спонсора или партнера организаторов крупных культурных мероприятий в городе с проведением соответствующих информационных кампаний.

## **Создание и посев вирусного ролика «Танц-моб в НГТУ»**

Так как современная молодежь воспитывается на продуктах американского кинематографа, в том числе на таких фильмах-мюзиклах, как «Чикаго», «Кошки», «Классный мюзикл», то актуальным и инновационным приемом будет являться организация и проведение подобного мини-мюзикла в виде танцевального флешмоба в столовой НГТУ «Под яблоком Ньютона». Флешмоб снимается на камеру, на основе отснятого материала создается вирусный ролик, после чего выкладывается в сеть Интернет. Обратная связь – количество просмотров и лайков.

### **Продвижение конференций, семинаров, круглых столов, проводимых в университете.**

В стенах НГТУ проходят более десятка мероприятий городского, межвузовского, внутривузовского масштаба - это конференции, конкурсы, семинары, круглые столы и т.д. Однако освещение этих мероприятий оставляет желать лучшего, о них не всегда знают даже сами студенты НГТУ. Поэтому необходимо проводить информационные кампании, посвященные мероприятиям, проводящимся в НГТУ. Среди них:

- 1) Заблаговременное оповещение общественности о приближающемся мероприятии, для этого нами разработана медиа-карта СМИ, по которым будут рассылаться пресс-релизы и анонсы, использование директ-мейла, а также размещение плакатов по университетам, использование дополнительных возможностей пиара этих мероприятий в сети интернет;
- 2) В зависимости от вида мероприятия учреждать поощрительные и ценные призы;
- 3) Привлечение к проведению подобных мероприятий специалистов-практиков из различных областей.
- 4) Проведение официального открытия и закрытия мероприятия.

### **Разработка и внедрение виртуального тура по университету**

Использование виртуального тура является эффективным инструментом для маркетинга. В первую очередь это будет интересно абитуриентам и их родителям (можно будет осмотреть учебные аудитории и специализированные лаборатории, библиотеку, спортивный зал), особенно актуально это будет для иногородних абитуриентов. Внедрение виртуального тура призвано повысить узнаваемость университета.

### **Разработка приложения в социальной сети «Vkontakte»**

Приложения vkontakte – это всевозможные развлекательные и игровые сервисы. Около 40% пользователей сети vkontakte установили приложения и заходят в них; порядка 7-ми млн. пользователей посещают приложения vkontakte ежедневно; в день пользователи проводят в приложениях от 10 минут до 1,5 часов. Подобное приложение может представлять собой квестовую игру по НГТУ (это 8 учебных корпусов, центр культуры, 2 спорткомплекса и т.д).

### **Приглашение преподавателей- «звезд»**

Для привлечения абитуриентов необходимо приглашать преподавать или проводить семинары/мастер-классы Брендowych Преподавателей («преподаватель-звезда»). На данном этапе развития системы образования студентам не хватает практического опыта и советов, которыми бы могли поделиться те специалисты, которые непосредственно работают в той или иной профессиональной сфере. Подобные выступления «звездных» преподавателей предполагается записывать на видеокамеру, а затем выкладывать в интернет, чтобы показать свою уникальность: именно этот известный человек именно в НГТУ вел семинар для студентов на актуальную тему.

## **Техническое оснащение университета**

Организация собственного телевидения в рамках университета. Предполагается оснащение корпусов ВУЗа ЖК-мониторами с целью информирования студентов о жизни университета (местные новости, музыкальные новинки, поздравления к дням рождениям).

## **Посев вирусных роликов про Митю**

На кафедре СМК НГТУ были разработаны вирусные ролики с героем по имени Митя. Один из таких роликов был снят специально для продвижения такого отделения НГТУ, как Институт дистанционного обучения. Данное мероприятие также призвано популяризовать бренд университета.

## **Использование эмбиент-медиа**

В городе Новосибирске есть ряд необычных памятников (памятник колбасе, памятник светофору и т.д.). Идея подобного памятника в честь НГТУ и размещение его в месте с высокой проходимостью обусловлена тем, что люди очень часто любят фотографироваться с подобными оригинальными памятниками. Сфотографировавшись с памятником НГТУ, множество жителей и гостей города навсегда сохранят память об университете на этих фотографиях. Применение эмбиент-медиа в данном проекте является возможностью популяризации университета.

**Установление сотрудничества с специалистами** московских, петербургских, европейских и американских университетов с целью проведения телемостов, в также онлайн-конференций и вебинаров по определенным темам для студентов университета. Это позволит как расширить общий кругозор студентов, пообщавшись с представителями других культур и стран, так и получить более специализированные и прикладные знания по определенным отраслям наук. Подобное сотрудничество благоприятным образом скажется на престиже университета.



# Ролик с МИТЕЙ



**ИДО НГТУ и Митя.mp4**



# БЮДЖЕТ

**Конкурс «Преподаватель года»**

741\$

**Организация и проведение пробных курсов по специальности**

300\$

**Продвижение конференций, семинаров, круглых столов, проводимых в университете**

455\$

**Приглашение «преподавателя-звезды»**

3000\$

**Усовершенствование технического оснащения университета**

1620\$ (11 мониторов по 120 долларов и монтаж)

**Использование эмбиент-медиа**

1350\$

**Разработка приложения в социальной сети «Vkontakte»**

201\$

**Разработка и внедрение виртуального тура по университету**

1032\$

**ИТОГО:** 8699 долларов.

