

## ВИЩІЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД ЯК БРЕНД

Назва ВНЗ

Сумський державний університет

Коротка історична довідка

1948 р. – в місті Суми було створено навчально-консультаційний пункт Московського інституту металопромисловості (м. Москва).

Протягом 45 років його розвиток тривав як загальнотехнічного факультету Всесоюзного, а з часом Українського заочного політехнічного та Харківського політехнічного (ХПІ) інститутів.

1966 р. – НКП Московського інституту металопромисловості перетворено в Сумську філію Харківського політехнічного (ХПІ) інституту з денною формою навчання.

З 1990 р. із Сумського фізико-технологічного інституту відбулося становлення потужного ВНЗ з широким спектром інженерно-технічних спеціальностей.

1993 р. – Сумський фізико-технологічний інститут було перетворено в Сумський державний університет – університет класичного типу з розгалуженою структурою (базовий навчальний заклад, інститути, коледжі, технікуми).

1966 р. – студентство СумДУ починає брати участь у різних формах самоорганізації.

2001 р. – формується студентське самоврядування (ОСС) у сучасному його вигляді. Першим студентським ректором став представник економічного факультету Терещенко Ігор. Саме він зі своїми однодумцями зробив перші кроки зі створення, формування та легалізації ОСС СумДУ.

2004 р. – переломний момент в історії ОСС СумДУ. У часи напруженої політичної ситуації в Україні ОСС змогли проявити свою громадську свідомість та довести змогу реально захищати права студентів. Саме студентський ректорат СумДУ першим відкрито виступив проти непередуманого об'єднання сумських ВНЗ в єдиний університет. Збір підписів, проведення зустрічей та мітингів у Сумах та Києві, наметове містечко в центрі Сум, піша хода до Києва привели до відміни Указу Президента України про створення об'єднаного університету. На честь цих подій на Сумщині встановлено два пам'ятних знаки.

ОСС СумДУ сьогодні – це сотні активних молодих людей, яким дійсно подобається виконувати функції із захисту прав студентів, представлення їх інтересів перед адміністрацією університету,

займатися організацією різних напрямків діяльності студентів.

### **Місія**

Всебічний розвиток та забезпечене майбутнє освіченої молоді.

### **Мета розвитку бренду**

Позиціонування СумДУ як університету безмежних можливостей, де думка кожного студента буде почута та врахована.

### **Завдання розвитку бренду**

1. Створення умов для одержання якісної освіти.
2. Реалізація потреб студентів у всесторонньому розвитку.
3. Підготовка до гнучкої зміни професій та спеціальностей.
4. Розвиток комунікативних здібностей студентів.
5. Формування позитивної суспільної думки про роль СумДУ у становленні та розвитку самодостатньої молоді.

### **Конкурентні переваги**

#### **СумДУ та Освіта:**

1. Найбільший ВНЗ Сумського регіону (навчаються 19 тис. студентів).
2. Університет класичного типу.
3. Можливість здобуття вищої освіти одразу за двома спеціальностями.
4. Висококваліфіковані кадри (80 докторів наук, професорів, 550 кандидатів наук, доцентів).
5. Розвинена матеріальна база: музеї краєзнавчих та наукових досліджень, потужні науково-дослідні та навчальні лабораторії, гуртожитки, спорткомплекси тощо.

#### **СумДУ та Україна:**

1. Перше місце серед ВНЗ України за кількістю призових місць у Всеукраїнських конкурсах студентських наукових робіт .
2. 6-та позиція серед вищих навчальних закладів України за даними Інтернет-ресурсу 4ICU (International Colleges & Universities).
3. 7-ма позиція у всесвітньому Інтернет-рейтингу WEBOMETRICS серед ВНЗ України.
4. 17-та позиція серед ВНЗ України за кількістю цитувань світовою науковою спільнотою публікацій науковців університету (за даними наукометричної бази SCOPUS).
5. За результатами II Спортивних ігор України серед ВНЗ III-IV рівнів акредитації у 2010 році СумДУ посів 3-тє місце у відповідній категорії.

#### **СумДУ та Світ:**

1. На базі університету діють філія кафедри ЮНЕСКО з інформаційних технологій, ресурсний та навчальний центри MICROSOFT, CISCO, DELCAM, NETCRACKER, 1C, SIEMENS, Sun Microsystems та інші.
2. Студенти університету мають можливість приймати участь у програмах міжнародної академічної мобільності, навчатися, проходити практику, стажування в Німеччині, Бельгії, Франції, Чехії, Польщі, Туреччині, США, Канаді та інших країнах.
3. Можливість навчатися в літніх школах університетів м.Кобленц, м.Льменау, м.Ерфурт, м.Кельце та м.Вроцлав.
4. СумДУ є членом Міжнародної асоціації університетів, Європейської асоціації університетів, Євразійської асоціації університетів та інших міжнародних організацій.
5. Дипломи випускників факультету економіки та менеджменту СумДУ сертифіковані міжнародним освітнім товариством IES(InternationalEducationSociety, London).

#### **СумДУ та Студент:**

1. Власний потужний спортивний клуб, у якому культивується 27 видів спорту та працюють 44 спортивні секції.
2. На базі СумДУ діє Культурно-мистецький центр, до якого входять: студентський клуб, група технічного забезпечення позанавчальних заходів, студія КВН, театральна та літературно-художня студії.
3. При університеті існують три ліги КВН: «Шкільная ліга КВН», «СумКаВН» та «Фан-Зона КВН».
4. Навчальна бібліотека СумДУ вважається однією з найкращих по всій Україні.
4. Органи студентського самоврядування як самостійна одиниця в житті СумДУ, яка має підтримку з боку «дорослої» адміністрації та дійсно працює та бере безпосередню участь в управлінні університетом.

#### **Унікальність**

Пріоритетним напрямком діяльності СумДУ є студенти, особисте досягнення кожного з яких є досягненням СумДУ в цілому.

ОСС СумДУ – це потужний механізм який сприяє всебічному розвитку активних студентів.

Особливості ОСС в СумДУ:

- ✓ Повна незалежність в прийнятті рішень.

✓ Високий рівень довіри з боку “дорослої” адміністрації.

## Позиціонування

СумДУ – це університет безмежних можливостей.

За допомогою розвинутої системи ОСС створює умови для самореалізації молоді, в наслідок чого випускники університету стають більш конкурентоспроможними на регіональному, національному та міжнародному ринках праці.

## PR-ПРОЕКТ

### Назва проекту

«Я їду до СумДУ»

### Прембула (тезисне обґрунтування у вільній формі)

Проект буде проходити в три етапи:

#### 1) Відбір учасників

##### *Завдання етапу:*

1. Поширення інформації про проект та СумДУ.
2. Збільшення рівня зацікавленості проектом та СумДУ через:
  - соціальні медіа;
  - сарафанне радіо.

##### *Складові етапу:*

Розповсюдження офіційних листів - запрошень до участі по школам України.

Створення на сайті СумДУ спеціальної сторінки, присвяченої конкурсу. Через неї абітурієнти усіх міст України будуть подавати он-лайн заявки на участь.

Кожний зареєстрований учасник публікує на офіційній сторінці в Інтернеті само презентацію.

15 учасників будуть обиратися за результатами он-лайн голосування, 15 – експертною комісією.

Головна умова до потенційних учасників проекту – це активна позиція у соціальних медіа.

За результатами відбору запускається рекламна кампанія в Інтернеті «Я їду до СумДУ» з інформацією про учасників.

## **2) Приїзд учасників на триденний тур по СумДУ:**

### ***Завдання етапу:***

1. Закріплення іміджу СумДУ.
2. Непрямий вплив на контактні аудиторії через учасників (за допомогою соціальних медіа).

### ***Складові етапу:***

#### День перший. “ Я – Студент СумДУ”

1. Приїзд учасників, знайомство, розбивка на команди та закріплення куратора із ОСС СумДУ.
2. Офіційне відкриття в Актовій залі СумДУ.
3. Відвідування справжніх лекцій зі студентами СумДУ за обраними напрямками.
4. Вечір знайомств.

#### День другий. “ Я – Активіст СумДУ”

1. Проведення разом із учасниками студентського активу тренінгів за такими напрямками:
  - розвиток особистих та лідерських якостей;
  - робота в команді;
  - тайм-менеджмент;
  - креативність та нестандартність мислення;
2. Вечір креативу. Нестандартна командна презентація “Яким студентом СумДУ я буду”.

#### День третій. “ Я - Сумчанин”

1. Екскурсія містом Суми в формі FootQuest, кінцева точка - СумДУ.
2. Акція “Назад у майбутнє”. Кожний з

учасниківпишепривітаннясобі та побажання на наступнийрік на оркемомоуаркушіпаперу. Всіпобажаннябудутьскладені впляшкитанадійнозакопанінатериторіїСумДУдо наступного року.І рівночерезріквже майбутністудентиСумДУзможутьвідкрити та прочитатисвоє повідомлення. Така подія створить емоційну напругу та сформує бажання повернутися наступног року до СумДУ.

3. Офіційнезакриття. Нагородженняучасниківсертифікатами та заохочувальними призами за активність.

4. Прощальна прогулянка нічним містом.

### **3) Зворотній зв'язок та оцінка ефективності.**

#### ***Завдання етапу:***

1. Остаточне закріплення позитивного іміджу СумДУ в уяві батьків школярів та їх друзів.

2. Формування бажання у потенційних абітурієнтів завітати до СумДУ.

#### ***Складові етапу:***

1. Розповсюдженняінформації в ЗМІ, публікація фото та відеозвітів (у виглядітрьохсерійногофільму «Я їду до СумДУ»).

2. Проведення конкурсів у соц. мережах:

- Кращій фотозвіт з коментарями “Моя подорож до СумДУ”.

- Краща публікація в соціальних медіа “Моя подорож до СумДУ”, переможці яких отримають цінні подарунки (поштою).

### **Мета проекту**

Збільшеннякількостіпоінформованихабітурієнтів про СумДУ в цілому та перспектив навчання в ньомузокрема.

### **Завдання проекту**

1. Показати абітурієнтам всі переваги навчання у СумДУ: ти можеш поєднувати навчання, саморозвиток, спорт, творчу діяльність та спілкування в одному ВНЗ.

2. Залучити до участі у проекті активних школярів

3. Активізувати сарафанне радіо
4. Залучення талановитої молоді для здобуття вищої освіти в СумДУ.

5. Закріпити в уявленні цільової аудиторії проекту думку про СумДУ як про університет безмежних можливостей.

#### **Цільова аудиторія**

- Абітурієнти – основна
- Батьки абітурієнтів - опосередкована
- Замовники кадрів – задіяні в ході реалізації самого проекту

#### **PR-засоби, що використовуються**

- 1) Подання статей, пресс-релізів, репортажів і інших інформаційних матеріалів у традиційні та електронні ЗМІ
- 2) Розповсюдження інформаційних буклетів;
- 3) Інтернет PR:
  - публікація новин і статей в ЗМІ Інтернету.
  - здійснення за допомогою Інтернету взаємодії з представниками традиційних ЗМІ;
  - створення та оновлення сторінки в Інтернеті, присвяченій цьому проекту.
  - банерна реклама
  - он-лайн трансляція
  - використання SMM (Social media marketing): просування через соціальні мережі (Вконтакте, Однокласники, Facebook, Twitter)
- 4) Підготовка сувенірної продукції і іншої фірмової атрибутики.
- 5) Організація спеціальних PR – заходів (Event-Marketing):
  - організація семінарів, майстер-класів та тренінгів для абітурієнтів;
  - організація презентацій, церемоній відкриття та закриття;
- 6) FootQuest в рамках екскурсії містом Суми.

#### **Календарний план реалізації проекту**

**1.09 – 14.09** підготовчий етап, розсилка запрошень у школи країни.

**15.09- 31.10** запуск рекламної кампанії в мережі про проект,

відкриття реєстрації та розміщення презентацій.

**1.11 – 15.11** голосування та відбір учасників через сайт проекту.

**16.11 – 30.11** рекламна кампанія «Я їду до СумДУ», підготовка учасників до поїздки.

**1.12** – приїзд учасників

**3.12** – від'їзд учасників

**4.12 – 30.12** організація зворотного зв'язку, розміщення звітів в мережі та в ЗМІ про проведення проекту.

## **Бюджет**

**1. Витрати на розповсюдження запрошень до участі**(орієнтовно на 10 000 шкіл):10 000 грн.

### **2. Канцелярські витрати:**

2.1 Канцелярія для проведення тренінгів: 860 грн.

### **3. Призовий фонд:**

3.1 Сувенірна продукція: 5 000 грн.

3.2 Сертифікати та подарунки (3 етап): 1 240 грн.

### **4. Перебування учасників**

4.1 Харчування (5 400грн+1100 грнна вечори): 6 500 грн.

4.2 Проживання (35грн/доба\*30чол\*3дні): 3 150 грн.

4.4 Кава-брейки: 1 350 грн.

### **5. Витрати на рекламу та PR:**

5.1 Таргетингова реклама Вконтакті (76 днів\*750 грн): 57 000 грн.

5.2 Витрати на event-marketing (офіційне відкриття та закриття, FootQuest): 3 500 грн.+1 800 грн. = 5 300 грн.

### **6. Оплата праці фахівців**

6.1 Тренера:3 200 грн.

6.3 Дизайнера: 2 400 грн.

6.3 Програміста:4 000 грн.

**Всього: 100 000 грн.**

