

Высшее учебное заведение как бренд	
Название вуза (полностью)	Федеральное автономное государственное образовательное учреждение Высшего профессионального образования «ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Краткая историческая справка	<p>Распоряжением Правительства Российской Федерации от 23 ноября 2006 г. N1616-р в результате присоединения в качестве структурных подразделений к государственному образовательному учреждению высшего профессионального образования "Ростовский государственный университет" государственных образовательных учреждений высшего профессионального образования "Ростовская государственная академия архитектуры и искусства", "Ростовский государственный педагогический университет", "Таганрогский государственный радиотехнический университет" был образован Южный федеральный университет.</p> <p>Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Ростовский государственный университет" был создан Постановлением Временного Правительства России от 5 мая 1917 года N 1227 и является правопреемником Варшавского университета.</p> <p>Южный федеральный университет – ведущий центр развития образования, науки и культуры – является высшим учебным заведением федерального ведения. Учредителем университета является Правительство Российской Федерации.</p> <p>Южный федеральный (Ростовский) университет традиционно известен разработками и исследованиями в различных областях науки. Существенные успехи достигнуты в области анализа и синтеза ряда органических соединений, электронного и пространственного строения их молекулярной структуры, в разработке новых высокоэффективных сегнетоэлектрических материалов и технологий их изготовления, неразрушающих методов контроля, теоретических и прикладных проблем машиностроения, строительства и архитектуры, фундаментальных и прикладных проблем кибернетики мозга, проблем искусственного интеллекта, автоматизированных медико-биологических систем, в разработке новой концепции хозяйствования в условиях рыночной экономики, проблем диалектики материальной и духовной культуры.</p>
Миссия	Производство глобально значимых знаний и технологий, подготовка современных кадров, способных позитивно влиять на внутрироссийские и мировые процессы.
Цель развития бренда	Изменение восприятия бренда, формирование имиджа элитарного, инновационного университета, дающего качественное фундаментальное образование.
Задачи развития бренда	<ul style="list-style-type: none"> • создание простой и понятной визуальной идентификации бренда; • организация эффективной коммуникации с целевыми аудиториями на основе визуальных и словесных образов; • разработка и внедрение корпоративной культуры; • преодоление негативных внутренних стереотипов.
Позиционирование	ЮФУ – это крупный научно-образовательный центр,

	располагающий высококвалифицированными кадрами во всем спектре естественных и гуманитарных наук, а также развитой научной инфраструктурой с современной материально-технической базой и отлаженным механизмом трудоустройства выпускников.
Конкурентные преимущества	<ul style="list-style-type: none"> • Самый крупный на Юге России • Университет в полном смысле слова (универсальный, разносторонний, качественная подготовка по широкому спектру специальностей) • Высококвалифицированные кадры из разных областей знаний • Богатая история • Современная материально-техническая база • Инновационный подход • Ориентированность на рынок труда • Обширные внутрироссийские и международные связи • Программа международного обмена • Стабильная господдержка • Развитая инфраструктура • Сложившиеся традиции общественной и спортивной жизни • Самый крупный по количеству студентов вуз России • Собственная социальная сеть «Инкампус»
Уникальность	<p>Единственный региональный вуз, заключивший меморандум со Сколково.</p> <p>Под эгидой одного университета объединились четыре лучших высших учебных заведения Юга России, демонстрирующих достижения в различных сферах деятельности и областях знаний.</p> <p>Уникальные технические разработки и материальная база для дальнейших исследований и достижений.</p>
PR-проект	
Название проекта	Реалити-шоу «ЮФУ. Новая общага».
Преамбула (свободное обоснование в тезисной форме)	<p>Наш проект направлен на решение задачи формирования лояльности внутри университета и создания собственной идентификации и корпоративной культуры. На наш взгляд, корпоративная культура является основополагающим фактором в развитии бренда вуза, поскольку без положительного настроения внутри университета невозможно формировать позитивный посыл вовне.</p> <p>Бренду ЮФУ нужна внутренняя идентификация, построение которой является сложным процессом, учитывая историческую, территориальную разрозненность структурных подразделений.</p> <p>Мы предлагаем pr-проект, рассчитанный на 4 месяца (активная фаза займет чуть больше месяца). Проведение Интернет реалити-шоу приурочено к открытию долгожданного кампуса ЮФУ (общежития европейского типа).</p> <p>Активные участники – студенты (1-6 курс).</p> <p>Период проведения конкурса: начало–середина второго семестра, то есть январь-апрель 2012 года. Именно в это время в</p>

	<p>мероприятии сможет принять участие максимальное количество студентов.</p> <p>В реалити-шоу в качестве зрителей и заочных участников планируется вовлечь всех студентов (голосование за любимых участников, конкурсы для зрителей), преподавателей, администрацию, потенциальных партнеров и спонсоров (бизнес-тренинг), СМИ (пресс-конференция).</p> <p>Основной инструмент — социальная сеть «Инкампус» (существует!). Именно на базе этой социальной сети будут проходить он-лайн Интернет-трансляции и видеоролики в записи. Кроме того, еженедельная итоговая программа (обзор) будет транслироваться на телеканале университета (который реально существует), новости на сайте ЮФУ (перепосты лайками в другие соцсети расширяет покрытие проекта), а также трансляции на больших теле-экранах в корпусах университета (есть!).</p> <p>Техническое оснащение предусматривает заточку движка «Инкампуса» на трансляции и голосование, оснащение комнат веб-камерами.</p> <p>Задания включают и развлекательные, и обучающие, и спортивные. Все сфокусированы на ЮФУ: вовлечение в жизнь, историю, структуру университета. Зрители не только следят за жизнью, соревнованиями участников, но и вместе с ними видят университет (экскурсии).</p>
Цель проекта	- формирование лояльности к университету среди его студентов и преподавателей.
Задачи проекта	<ul style="list-style-type: none"> • Информирование о позитивных фактах истории и современной жизни университета • Повышение интереса к жизни университета • Формирование желания самоидентификации • Создание эффективной коммуникации с целевыми аудиториями • Улучшение информационного поля бренда ЮФУ
Целевая аудитория	<ul style="list-style-type: none"> • Студенты ЮФУ • Преподаватели и работники ЮФУ • СМИ
PR-методы, которые используются	<ul style="list-style-type: none"> • Интернет реалити-шоу • Собственная социальная сеть • Перепосты в других социальных сетях • Трансляции на больших экранах в корпусах ЮФУ • Обзорная телепередача по итогам недели на телеканале ЮФУ • Новости и обзоры в режиме реального времени на сайте ЮФУ • Блоги участников конкурса • Учреждение ректорской награды • Конкурс • Event • Пресс-конференция • Бесплатные публикации в СМИ • POSM-продукция

Календарный план PR-проекта «ЮФУ. Новая общага»

Календарный план PR-проекта «ЮФУ. Новая общага»			
процесс	содержание	период реализации	комментарии, механика
1. Подготовительный этап			
Согласование, утверждение проекта	Проведение переговоров, составление смет, таймингов, и т. д.	15 января - 1 февраля	
Анонсирование	копирайт, дизайн, изготовление анонсирующих POSM (листочки, плакаты, сувенирная продукция)	1 февраля - 10 февраля	
	размещение анонсов на сайте вуза, в социальной сети вуза, рассылка релиза	10 февраля-1 марта	
	распространение POSM	10 февраля-1 марта	
Техническая подготовка	техническая подготовка движка сайта/социальной сети	10 февраля-1 марта	
	оборудование этажа общежития	10 февраля-1 марта	
2. Реализация мероприятия			
Отборочный тур	Размещение конкурсных работ претендентов, голосование	1 - 9 марта	заявка-анкета, презентация или видео "Кто я и почему я в ЮФУ"
	Подведение итогов, оглашение участников	10-11 марта	40 лучших, набравших наибольшее число голосов
Начало вещания	Размещение конкурсантов в общежитии, экскурсия	5 марта, утро	новое общежитие, 10 блоков по 4 человека
1 конкурсное задание	Стенгазета	5 марта, вечер	нарисовать стенгазету на тему "", придумать новый логотип ЮФУ
	трансляция, фото стенгазет, голосование	6-7 марта	вылетает 1 команда
2 конкурсное задание	Голодный студент	8 марта	приготовить праздничный ужин, бюджет - стипендия (1100 руб.) на 4 человек
	трансляция, фото, голосование	9-10 марта	вылетает 1 команда
3 конкурсное задание	Гаудеамус	11 марта	вспомнить как можно больше студенческих песен, записать треки
	трансляция, треки, голосование	12-13 марта	вылетает 1 команда
4 конкурсное задание	один день студента ЮФУ	14-15 марта	снимают ролик
	трансляция, видео, голосование	16-17 марта	вылетает 1 команда

5 конкурсное задание (выходного дня)	Квест	18 марта	6 команд выполняют квестовые задания на знания структуры ЮФУ. Вылетает автоматически одна команда проигравших
6 конкурсное задание	История	19 марта	онлайн викторина на знание истории подразделений ЮФУ
	итоги, правильные ответы	20-21 марта	вылетает 1 команда
7 конкурсное задание	Что? Где? Когда?	22 марта	16 игроков на 2 команды, вопросы от зрителей, каждая команда выбирает 2х слабейших игроков.
	голосование	23-24 марта	из 4х слабейших выдвинутых командами зрителями спасают 1. Голосуют за лучший вопрос от зрителей. Победителю - приз
8 конкурсное задание	13 злобных критиков	25 марта	Дискуссионный клуб "Проблемы ЮФУ и варианты решения". Каждый сам за себя. Все на голосование зрителей.
	голосование	26-30 марта	вылетают 3 игрока
	посещение яхты ЮФУ и Таганрога	27 марта	
	показ мод от студентов ИАРХИ	29 марта	
9 итоговое задание	Бизнес-тренинг	31 марта	в центре карьеры ЮФУ мастер-классы от бизнес тренеров "Как пройти собеседование"
	Финальное задание	1 апреля	собеседования-игра с руководителями/HR директорами крупных ростовских компаний
	голосование	2-6 апреля	определяются победители
3. Подведение итогов			
	Итоговая пресс-конференция	7 апреля	
	Награждение, фуршет	7 апреля	
5 Трансляции			
	Интернет вещание из кампуса	5 марта — 5 апреля	ежедневно, с 7.00 до 9.00 утра и с 19.00 до 23.00 вечера

	Итоговая программа за неделю на ТК УНИВЕР	11, 18, 25 марта, 1, 8 апреля	каждое воскресенье вечером подводятся итоги недели, хронометраж 30 мин
4. Анализ эффективности			
	мониторинг соц сетей	16-20 апреля	
	анализ посещаемости сайта, социальной сети "Инкампус"	16-20 апреля	
	фактическая, финансовая отчетность	20 апреля - 1 (15) мая	

БЮДЖЕТ PR-проекта «ЮФУ. Новая общага»

процесс	содержание	стоимость
1. Подготовительный этап		
POSM	копирайт (силами руководителя проекта)	0
	дизайн	2 000
	изготовление	10 000
Написание, рассылка релиза	силами руководителя проекта	0
Движок	техническая доработка (привлечение студентов IT направления)	15 000
Комнаты	покупка, установка веб-камер	50 000
2. Реализация мероприятия		
1 конкурсное задание	бюджет (раздача конкурсантам канцелярии)	3 000
2 конкурсное задание	бюджет (1100*9)	9 900
3 конкурсное задание		0
4 конкурсное задание		0
5 конкурсное задание		0
6 конкурсное задание		0
7 конкурсное задание		0
8 конкурсное задание		0
9 конкурсное задание	бизнес-тренер	5 000
квест	бюджет	3 000
EVENT1	трансфер (автобус университета)	0

	обед	2 000
EVENT2	трансфер (автобус университета)	0
итоговая пресс-конференция	место проведения — собственный актовый зал	0
	кофе-брейк	2 000
Награждение	призовой фонд(1 место - 8 тыс*12мес, 2 место -4 тыс*12 мес, 3 место — 2 тыс *12 мес)	168 000
	фуршет	20000
3. Организаторы		
Работа модераторов (организация вещания)	(8 000 тыс *2 чел) *2 месяца трансляций+ подготовка	32000
Работа руководителя проекта	15 000тыс *4месяца	60000
4. Освещение		
Анонсирование на собственных площадках (сайт, соц сеть)	Бесплатно, силами модераторов	0
Освещение в сторонних СМИ	на бесплатной основе (пресс-релиз, пресс-конференция)	0
Итоговая программа за неделю на ТК УНИВЕР	Бесплатно, силами редакции канала	0
5. Подведение итогов, оценка эффективности		
мониторинг соц сетей, анализ посещаемости сайта, социальной сети "Инкампус", фактическая, финансовая отчетность	силами руководителя проекта	0
ИТОГО, руб		381900
ИТОГО, долларов		11934
Резерв, долларов		66