

РЕШЕНИЕ
Ученого совета ФГБОУ ВО «ЧелГУ»
по вопросу «О состоянии и основных направлениях совершенствования
работы по продвижению имиджа университета»
от 27 ноября 2023 г., протокол № 05

Заслушав и обсудив доклад начальника управления по связям с общественностью Куренковой А. В., Ученый совет федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Челябинский государственный университет» (далее – ЧелГУ, университет) констатирует, что продвижение имиджа университета осуществляется в соответствии с целями, указанными в Программе развития ФГБОУ ВО «ЧелГУ» на 2020–2026 годы, Стратегии развития научной деятельности университета, Стратегии образовательной деятельности университета, а также с учетом региональных и общероссийских трендов и результатов социологического исследования обучающихся.

Продвижение имиджа университета является одной из ключевых задач развития ЧелГУ. Актуальными трендами продвижения университета на рынке образовательных услуг являются стремление к информационной ясности; переход к прямой коммуникации с целевыми аудиториями; маркетинговые коммуникации, ориентированные на клиента, а не организацию.

Основные итоги работы по совершенствованию и продвижению имиджа университета в 2023 году характеризуются следующими показателями: статистика упоминаемости Челябинского государственного университета в региональных, отраслевых и федеральных СМИ, а также социальных медиа за год выросла с 10 000 до 12 000 упоминаний; количество подписчиков в официальных группах в социальных сетях («ВКонтакте», «Телеграм», «Одноклассники», «Дзен») стабильно растёт (от 118 до 2800 человек за последний год); для абитуриентов важными каналами получения информации об университете и его образовательных программах являются аккаунты ЧелГУ, факультетов, институтов, филиалов и колледжа в социальных сетях (29,3 %), реклама в Интернете (18,7 %), публикации и телесюжеты в СМИ (6,2 %); успешно работает сайт ЧелГУ для абитуриентов (96 % первокурсников оценили содержательную и визуальную модели нового ресурса на «отлично» и «хорошо»).

В то же время Ученый совет отмечает, что изменения во взаимодействии с аудиторией с учётом выявленных трендов требуют от коллектива ЧелГУ переориентации работы по продвижению имиджа университета. При этом первоочередной задачей является усиление координации действий управления по связям с общественностью с коллективами факультетов, институтов, филиалов, колледжа, а также внеучебных подразделений.

Ученый совет решает:

1. Принять информацию к сведению.
2. Обеспечить проведение мероприятий Программы развития ФГБОУ ВО «ЧелГУ» на 2020–2026 годы, направленных на продвижение имиджа университета с учётом выявленных трендов.

Ответственный: Куренкова А. В. – начальник управления по связям с общественностью. Срок отчета по исполнению – ноябрь 2024 г.

3. Повысить эффективность освещения результатов образовательной и научно-исследовательской деятельности университета, а также организовать работу коллективов факультетов, институтов, филиалов и колледжа, внеучебных подразделений по подписке на все социальные сети ЧелГУ.

Ответственные: Куренкова А. В. – начальник управления по связям с общественностью, деканы факультетов, директора институтов, филиалов и колледжа, руководители внеучебных подразделений. Срок отчета по исполнению – январь 2024 г.

4. Рекомендовать ректорату пересмотреть объемы финансирования рекламной деятельности университета.

Ответственный: Таскаев С. В. – ректор. Срок отчета по исполнению – декабрь 2024 г.

Зам. председателя
Ученого совета



И.В. Бычков