

АНЫҚТАМА
Ғылыми кеңесенің отырысына
26.12.2024 ж.
Қостанай қаласы

СПРАВКА
на заседание Ученого совета
26.12.2024 г.
город Костанай

Итоги работы отдела «Маркетинг и коммуникации» за 1 полугодие учебного года 2024-2025

1. Итоги работы отдела в первом полугодии учебного года 2024-2025.
2. Состав и работа отдела в новом учебном году - 2024-2025.
3. Планы на вторую половину учебного года, предложения по изменениям.

Итоги работы отдела в первом полугодии учебного года 2024-2025.

Аналитика работы отдела маркетинга и коммуникаций за период с 16 сентября по 18 декабря 2024 года.

За указанный период произошли следующие изменения в работе отдела:

Instagram:

1. Изменилась визуальная подача информации. Были рассмотрены различные варианты визуала, подобран единый стиль оформления.
2. Изменение информационной подачи. Информация стала доступна на 2 языках с полным описанием хода мероприятия. Также изменился стиль написания: стал более доступен и понятен для молодежи.
3. В 2 раза увеличился видео-контент.
4. Количество публикаций в день увеличилось в несколько раз.
5. Страница стала разбавляться развлекательным контентом, который набирает большее количество отметок Like, репостов и комментариев.
6. Запущена рубрика «Розыгрыш» специальных сертификатов от партнёров.
7. Запущена рубрика «КЕпЕУ news», которая выходит на еженедельной основе и вещает о последних событиях в университете.
8. Количество подписчиков за 2,5 месяца работы увеличилось на 146 человек.
9. Показатели охватов и просмотров стали в 2 раза больше.
10. Был актуализирован раздел «Актуальное» и подобран новый дизайн на данный раздел.
11. Было опубликовано 216 постов на 2 языках.

12. Была опубликована публикация совместно с Министерством науки и высшего образования РК.

TIK-TOK:

1. Была возобновлена работа данной социальной сети
2. Изменена концепция публикуемого материала
3. Стало больше развлекательного контента
4. Количество подписчиков за 2,5 месяца работы увеличилось на 53 человека.

TELEGRAM:

1. Возобновлена работа в данной социальной сети
2. Загрузка публикаций на 2 языках с медиафайлом
3. Увеличилось количество подписок на 106 человек.

YOUTUBE:

1. Возобновлена работа данной социальной сети
2. Актуализация видеороликов в разделе Shorts
3. Публикация всех видеороликов Университета с мероприятий
4. Количество подписок увеличилось на 73 человека
5. В 3 раза больше просмотров

САЙТ УНИВЕРСИТЕТА:

1. Количество публикаций увеличилось в 3 раза
2. Актуализирована информация по кафедрам и структурным подразделениям
3. Обновлено фото сотрудников университета
4. Обновлено информация по образовательным программам
5. Новостные публикации осуществляются на 3 языках: казахский, русский, английский.
6. Добавлены новые вкладки
7. Проведены 2 фотосессии: для сотрудников и студентов

Текущая работа:

1. Видеосъемка и фотосъемка всех мероприятий университета
2. Отправка официальных писем по рабочим моментам
3. 3 фотосессии для сотрудников и студентов с привлечением профессионального фотографа
4. Работа по служебным запискам
5. Выстроена систему работы по служебным запискам с кафедрами и структурными подразделениями
6. Видеосъемка образовательных программ университета
7. Разработка дизайна сертификатов, благодарственных писем, грамот

8. Написание постов на 2 языках
9. Дизайн афиш и фото для публикаций в социальных сетях
10. Дизайн и установка баннеров
11. Написание пресс-релизов и связь с общественностью
12. Координация расписания конференц-зала (305 Г.К.)
13. Выезд по районам области на профорientационные работы
14. Разработка и изготовление брендовой продукции университета
15. Ведение социальных сетей
16. Проведение розыгрыша сертификатов от партнеров
17. Ведение инстаграм страницы колледжа предпринимательства КИНЭУ
18. Изготовление заставок на LED-экран
19. Изготовление дизайна календаря для сотрудников университета на 2025 год
20. Ведение документации
21. Начали работать по публикации постов с применением соавторства с различными организациями и предприятиями.

Состав и работа отдела в новом учебном году - 2024-2025.

С 16 сентября 2024 года отдел маркетинга и коммуникаций начал свою реорганизацию. Сейчас в отделе следующий состав и распределение обязанностей:

- Руководитель отдела Шокенов Жалгасбек.
- Специалист по связям с общественностью Жанбатырова-Сабитова Бахыт
- Мобилограф по договору- Даулетназарова Аружан
- Специалист отдела маркетинга Утешова Динара.

Что сделано за три месяца:

1. **Сайт университета.** Идет активная работа по обновлению фото сотрудников. Для этого была проведена фотосессия с привлечением профессионального фотографа.

Мы инициировали обновление фото педсостава на сайте, так как там качество фото очень низкое, это играет в минус имиджу вуза однозначно. Помимо фотографий была обновлена информация и анкеты наших преподавателей.

Кроме того, на сайте было проведено обновление перед уже прошедшей аккредитацией по расположению и наполнению нескольких рубрик.

Статьи и публикации были переведены на государственный, русский и английский языки, отредактированы тексты.

Были добавлены структурные подразделения, а также переведена информация по кафедрам, сотрудникам на русский, казахский и английский языки.

2. Соцсети.

Социальные сети дают большую свободу для взаимодействия с абитуриентами, чем сайт вуза, отмечают эксперты: «На сайте информация чаще выверенная, а в соцсетях она, безусловно, менее контролируется даже с точки зрения реакции на неё. В то же время там она более честная, аудитория видит посты и отзывы, написанные живыми людьми».

КИнЭУ ведет работу в Instagram (университет и колледж). В инстаграм университета и колледжа мы добавили постоянные рубрики: мотивационные посты, поздравления к праздникам, трендовые ролики, наши победители, последние новости, развлекательный контент. Плюс для аккаунтов разработан схожий, но индивидуальный стиль, как в визуализации, так и в оформлении текстов.

За последние три месяца нашем аккаунте идет постоянный рост, об этом говорит статистика.

За последние 30 дней рост вовлеченных аккаунтов вырос. За время нашей работы добавилось 196 подписчик в университете, в колледже – 123.

- В Фейсбук количество подписчиков с 54 увеличилось до 110, то есть на половину.

- В Телеграм мы активно ведем страницу в виде электронной доски объявлений КИнЭУ (публикация новостей о жизни университета, студентов, а также анонс мероприятий)

- В ТикТок мы активизировали работу аккаунта. Когда мы начали вести работу в данной социальной сети, количество подписчиков насчитывало цифру 254. Сегодня количество изменилось и составляет 421 подписчика. За 3 месяца мы отсняли интересные трендовые видеоролики, которые появляются в рекомендациях по всему Казахстану и набирают большое количество просмотров.

3. Анкетирование

Запланировано проведение 3 анкетирования на 2 полугодие для студентов и магистрантов университета, а также ППС.

1. Удовлетворенность студентов социальными сетями и подачей новостей;
2. Удобство и рекомендации по улучшению работы отдела маркетинга и коммуникации (ППС);

3. Какой контент будет интересен, размещенный в социальных сетях?
Чем разбавить подачу информации? (Магистранты)

4. Наши инициативы

Помимо выполнения необходимых обязанностей (около 50 различных дизайнов грамот и благодарственных писем, порядка 40 дизайнов сертификатов, баннеры к праздникам, несколько речей для выступления, пресс-релизы, статьи на 3 языках, поздравительные открытки и т.д.) мы инициировали за эти три месяца и новые проекты. Был очень хорошо воспринят выпуск новостного репортажа КИНЭУnews.

В инстаграм университета мы провели конкурсы с розыгрышем призов от наших партнеров и спонсоров. И это прошло на ура, студенты потом с этими призами и в роликах снимались. Сейчас проводим предновогодние розыгрыши в аккаунте.

Сейчас в разработке календарь на предстоящий 2025 год.

5. Профориентация

Разработан видеоролик из видеоматериалов студенческой жизни университета. Освещаем выезды приемной комиссии в районы Костанайской области.

Планы на вторую половину учебного года, предложения по изменениям.

6. Планы

Сайт требует существенной перезагрузки, переформатирования. Его нужно сделать ярче и удобней. Это наша главная цель на следующий год. Плюс усиление работы по направлению профориентации.

Планируется заключение договора о сотрудничестве и рекламной кампании на радио, инстаграм-аккаунтах, ТВ, а также на билбордах в городе Костанай и регионах Костанайской области.

Планируем снять короткие видео по каждой образовательной программе, отдельные видеоролики, направленные на потенциальных абитуриентов для профориентационных работ.

Планируется проведения трёх анкетирований для сотрудников и студентов, разработка буклетов для работы приёмной комиссии, а также разработка дизайна для имиджевой продукции университета.

ПРОЕКТ РЕШЕНИЯ:

1. 1. Финансирование рекламных кампаний в период с января по май 2025 года.

Ответственные: ОМК, главный бухгалтер Лисогор М.Г.;

2. Обновление или создание нового сайта университета. Декабрь 2025 года.

Ответственные: ОМК, ОЦиИТ.

3. Съёмки образовательных программ в профессиональной студии видеозаписи.

Ответственные: ОМК

4. Разнообразить контент: Учитывая разнообразные интересы студентов, рекомендуется создавать контент, охватывающий различные темы: от университетской жизни до развлекательных материалов. Интерактивность и вовлеченность: Проводить опросы, конкурсы и прямые эфиры для повышения вовлеченности студентов и получения обратной связи. Это поможет лучше понять потребности аудитории и адаптировать контент.

5. Использование видеоформатов: Создавать видеоролики о студенческой жизни, интервью с преподавателями и выпускниками, что может повысить привлекательность контента и заинтересовать студентов.

6. Регулярность публикаций: Соблюдать регулярность и последовательность в публикациях, чтобы поддерживать интерес аудитории и создавать ощущение динамичной жизни университета.

7. Анализ обратной связи: Активно учитывать комментарии и отзывы студентов для улучшения контента и удовлетворения их потребностей. Ответы на комментарии и конструктивная критика могут способствовать развитию и повышению качества контента.

Начальник отдела маркетинга

И коммуникаций

Шокенов Ж.М.

