

**Кыргызская государственная юридическая академия при Правительстве Кыргызской
Республики**

«Утверждаю»
ректор
профессор Керезбеков К.К.

**PR-стратегия КГЮА проекта TEMPUS «Разработка и внедрение системы менеджмента
качества e-Learning-обучения в вузах Центральной Азии»**

Бишкек, 2014 год

1. Анализ текущего состояния.

В декабре 2013 года стартовал проект ТЕМПУС «Разработка и внедрение системы менеджмента качества e-Learning-обучения в центрально-азиатских вузах». Срок реализации проекта-3 года.

Проект предусматривает структурные мероприятия в странах Центральной Азии: разработку методики применения инструментов электронного обучения, создание центров электронного обучения в каждом университете консорциума, распространение накопленного опыта и передовой практики в области электронного обучения на каждом национальном уровне. Проект предусматривает также выбор учебных программ в каждом университете-партнере и их приспособление к соответствующему сценарию электронного обучения, создание соответствующих электронных учебных материалов, реализацию и контроль качества электронного обучения преподаваемых предметов. Участниками этого проекта являются 16 вузов-партнеров из 6 стран: Кыргызстана, Казахстана, Туркмении, Франции, Литвы, Германии.

Планом работы по проекту предусмотрены мероприятия по его распространению. В КГЮА эта работа носила системный характер.

Во внутреннем маркетинговом пространстве вуза были использованы следующие рекламные проекты:

1. Подготовлен, напечатан, размещен на кафедрах, факультетах календарь на 2015 год с информацией о проекте.
2. Подготовлена и напечатана в студенческой газете КГЮА статья о проекте.
3. 17 декабря прошли публичные слушания по итогам проекта за год с участием студентов, преподавателей академии. **Цели публичных слушаний**

- предоставить возможность сотрудникам, студентам КГЮА получить информацию о содержании проекта, принять участие в обсуждении предлагаемых решений по организации электронного обучения в КГЮА;
- оценить цели, реализацию проекта с точки зрения интересов лиц, на которых может оказать влияние реализация проекта;

Задачи публичных слушаний:

- совместное обсуждение рабочей группы проекта, профессорско-преподавательского состава, студенчества КГЮА вопросов и проблем, связанных с реализацией проекта;
 - выявление мнения лиц, на которых может оказать влияние реализация проекта;
 - информирование администрации, ППС, студентов КГЮА о проделанной работе за год по проекту;
 - осуществление ППС, администрацией, студентами КГЮА общественного контроля над реализацией целей и задач проекта;
 - учет мнения сотрудников, студентов КГЮА при разработке плана работы на следующий год.
4. На образовательном портале академии создана страничка «Проект программы Темпус», где размещены следующие материалы:
 - общая информация о проекте,
 - вузы-партнеры,
 - информация о координационной встрече в Ашхабаде в декабре 2013 года,
 - анализ ситуации по электронному обучению (e-learning) в Кыргызской государственной юридической академии,
 - материалы научно-методического республиканского семинара «E-Learning@Кыргызстан», который прошел в марте 2014 года,
 - материалы обучающего семинара - тренинга по разработке и внедрению системы менеджмента качества e-Learning-обучения, г.Ницца, Франция, июль 2014 г
 - материалы публичных слушаний по реализации проекта, которые прошли 17.12.14

Во внешнем маркетинговом пространстве основное внимание было уделено распространению итогов проекта в вузовской среде:

1. Подготовлена статья для журнала «Высшая школа» Реализация проекта ТЕМПУС «Разработка и внедрение системы менеджмента качества e-Learning-обучения в центрально-азиатских вузах»- QAMEL в Кыргызской государственной юридической академии». Текст согласован с координатором проекта.
2. Подготовлена к публикации в журнале «Вестник КГЮА» статья «Внедрение электронного обучения как системный фактор развития образования»
3. Подготовлен материал для газеты «Де-факто»- интервью с проректором КГЮА Дмитриенко И.А.
4. На сайте Кыргызской ассоциации дистанционного образования открыта страничка «Проект Темпус».
5. По каналу Национального телевидения 28.03 показан сюжет о республиканском семинаре «E-Learning@Кыргызстан».

Проведенные публичные слушания по проекту показали, что благодаря проведенным мероприятиям о проекте знает как профессорско-преподавательский состав академии, так и студенты.

2. Цели, задачи PR-стратегии

Стратегическая цель PR-стратегии КГЮА проекта TEMPUS - формирование доброжелательной среды к работе в рамках проекта, распространение результатов проекта, формирование его устойчивости.

Конкретные цели

- **информационная** (распространение информации о проекте и академии);
- **коммуникационная** (налаживание обратной связи с целевыми аудиториями, обеспечение эффективного взаимодействия сотрудников);
- **имиджевая** (формирование определенного образа в глазах целевых аудиторий2);

PR-стратегия проекта тесно связана со стратегической целью E-Learning Центра КГЮА (рост удовлетворенности студентов, а также спонсоров и потенциальных работодателей качеством обучения в КГЮА за счет интенсификация процесса обучения, внедрения передовых информационно-коммуникационных технологий в систему обучения КГЮА с учетом передового опыта отечественных и зарубежных вузов на основе международных стандартов и подходов в сфере

e-learning).

Организация коммуникационных кампаний по проекту тесно связана с коммуникационной деятельностью КГЮА в целом (развитие имиджа и репутации вуза, повышение известности и лояльности) и является одним из элементов интегрированных маркетинговых коммуникаций академии, которые усиливают имиджевые и репутационные характеристики вуза. Поэтому рекламная деятельность по проекту отвечает стратегическим целям академии.

PR-стратегия проекта TEMPUS клиентоориентирована и направлена на определенные **целевые аудитории**, которые можно классифицировать как минимум по двум направлениям:

внешние (родители, школьники, государственные структуры управления и т. д.) и **внутренние** (студенты, профессорско-преподавательский состав, административный персонал

и т. д.); потенциальные клиенты (старшеклассники, абитуриенты, студенты и др.)

контактные группы/партнеры (профессиональные сообщества, работодатели, органы власти, некоммерческие организации).

Основные направления работы

1 направление. Организация PR-акций прямого воздействия

Задача 1 Организация внутривузовских мероприятий.

Действия:

Круглые столы с участием преподавателей академии и студентов.

Конференции.

Презентации итогов проекта на внутривузовских мероприятиях.

Размещение информации по проекту на образовательном портале,

Размещение информации на сайте академии,

Презентации в дни открытых дверей,

Презентации для первокурсников.

Результаты:

Ежемесячные мероприятия внутри вуза развивают лояльность целевых аудиторий,

привлекают внимание преподавателей и студентов

Задача 2 Организация внешних мероприятий

Действия:

Проведение республиканских конференций.

Проведение круглых столов.

Привлечение телевидения.

Размещение информации о проекте на сайте КАДО.

Результаты:

Создание общественного резонанса, привлечение внимания внешней целевой аудитории к проекту.

Задача 3. Участие в мероприятиях, проводимых внешними партнерами

Участие в конференциях КАДО.

Участие в мероприятиях других вузов.

Участие в мероприятиях других вузов и организаций.

Результаты:

Формирование позитивного общественного мнения о вузе и проекте.

2 направление. Организация PR-акций косвенного воздействия.

Задача 4 Распространение итогов проекта через средства массовой информации

Действия:

Статьи в вузовских изданиях.

Статьи в журналах КР.

Печать статей в газете «Де-факто».

Результаты:

Повышение имиджа проекта за счет привлечения средств массовой информации

Задача 5. . Разработка и изготовление рекламно-информационных материалов о проекте

Действия:

Разработка и издание буклетов.

Издание календарей.

Изготовление наклеек на ручки

Изготовление отдельного баннера для размещения для абитуриентов.

Результат

Распространение результатов проекта через печатную продукцию

Дорожная карта PR-стратегии КГЮА проекта TEMPUS «Разработка и внедрение системы менеджмента качества e-Learning-обучения в вузах Центральной Азии»

<p>Цель PR-стратегии КГЮА проекта TEMPUS - формирование доброжелательной среды к работе в рамках проекта, распространение результатов проекта, формирование его устойчивости.</p>	<p>Ожидаемые результаты</p> <p>1. Узнаваемость проекта 2. Повышение имиджа академии.</p>		
<p>1 направление. Организация PR-акций прямого воздействия</p>			
<p>Задача</p>	<p>результат</p>		
<p>Задача 1 Организация внутривузовских мероприятий.</p>	<p>Ежемесячные мероприятия внутри вуза развивают лояльность целевых аудиторий, привлекают внимание преподавателей и студентов</p>		
<p>Действия</p>	<p>результат</p>	<p>полнитель</p>	<p>сроки</p>
<p>1.1.Круглые столы с участием преподавателей академии и студентов</p> <p>1.2.Конференции по вопросам электронного обучения.</p> <p>1.3.Презентации итогов проекта на внутривузовских мероприятиях</p> <p>1.4.Размещение информации по проекту на образовательном портале -размещение информации на сайте академии</p> <p>1.5.Презентации в дни открытых дверей</p> <p>1.6. Презентация для первокурсников</p>	<p>Круглый стол «Электронное обучение: проблемы, перспективы»</p> <p>Современная парадигма обучения и о инструменты электронного обучения</p> <p>Общественные слушания по итогам работы за 0,5 года</p> <p>После каждого мероприятия, в течение года.</p> <p><i>пресс-промоушен</i> «скрытое» распространение данной рекламной информации о проекте</p> <p>крытое» распространение данной рекламной информации о проекте</p>	<p>Лаборатория информационного права», отдел информационных технологий</p> <p>Кафедры, отдел информационных технологий</p> <p>отдел информационных технологий</p> <p>пресс-секретарь академии, отдел информационных технологий</p> <p>деканы факультетов, отдел информационных технологий</p> <p>отдел информационных технологий</p>	<p>Март 2015</p> <p>Апрель 2015 г</p> <p>Июнь 2015г.</p> <p>В течение года</p> <p>Апрель 2015 г.</p> <p>Сентябрь 2015</p>

Задача 2 Организация внешних мероприятий		<i>Создание общественного резонанса, привлечение внимания внешней целевой аудитории к проекту.</i>	
Действия	результат	полнитель	сроки
2.1. Участие в конференциях КАДО	Доклады, презентации	Дмитриенко И.А., Куфлей О.В.	Сентябрь 2015
2.2. Проведение и участие в республиканских конференций	Распространение результатов среди вузовского сообщества,	Члены рабочей группы проекта	В течение года
2.3. Проведение круглых столов	Доклады, презентации	Члены рабочей группы проекта	В течение года
2.4. Привлечение телевидения	Пресс-релизы	Куфлей О.В.	В течение года
2.5. Размещение информации о проекте на сайте КАДО	Информационный бюллетень, статья, фото	Куфлей О.В.	В течение года
Задача 3. Участие в мероприятиях, проводимых внешними партнерами		<i>Формирование позитивного общественного мнения о вузе и проекте.</i>	
Действия	результат	полнитель	сроки
3.1. Участие в конференциях КАДО.	Подготовка докладов	Члены рабочей группы	В течение года
3.2. Участие в мероприятиях других вуза.	Доклады, презентации		В течение года
2 направление. Организация PR-акций косвенного воздействия.			
Задача 4 Распространение итогов проекта через средства массовой информации		<i>Повышение имиджа проекта за счет привлечения средств массовой информации</i>	
Действия	результат	полнитель	сроки
4.1. Подготовка материалов для статей в вузовские издания	Статьи в вузовских изданиях	Члены рабочей группы	В течение года
4.2. Подготовка статей журналы КР	Статьи в журналах КР	Члены рабочей группы	

4.3. Печать статей в газете «Де-факто»	Статьи в газете «Де-факто»	группы Члены рабочей группы	В течение года В течение года
Задача 5. Разработка и изготовление рекламно-информационных материалов о проекте	<i>Распространение результатов проекта через печатную продукцию</i>		
Действия	результат	полнитель	сроки
5.1. Разработка календарей	Календарь на 2016 год с итогами проекта за 2 года	Куфлей О.В.	Декабрь 2016 года
5.2. Разработка буклета по итогам работы за 2 года.	Издание буклета	Куфлей О.В.	Декабрь 2016
5.3. Разработка наклеек на ручки	Печать наклеек на ручек	. Куфлей О.В.	Декабрь 2015
5.4. Баннер о проекте	Изготовление баннера	Джунушев М.	Июль 2015

