

СЕКЦІЯ 3. Розвиток сучасних ЗВО України та світу. Культурні та освітянські традиції

Процев'ят Т.І., к. іст. н.

Рада волонтерів Міністерства оборони України

SMM ПРОЄКТ «УНІВЕРСИТЕТ.UA FORWARD!»

Проблема. З початком ХХІ століття ми зіштовхнулися з проблемою трансляції ціннісної інформації від покоління до покоління. У 1995-2000 рр. народилося покоління «гаджетів», яке отримує основну інформацію не традиційними способами, а з інету, Facebook, Instagram, Youtube-, Telegram-каналів, електронних книг, аудіо- та відеоконтенту тощо.

Завдання проекту.

А. Активна промоція Університету, посилення впізнаваності та популярності Університету в юнацьких та молодіжних, інтелектуальних середовищах.

Б. Збільшення числа студентів на 12-25 відсотків впродовж року, в т.ч. іноземних, сприяння модернізації навчального процесу, залучення якісного національного та іноземного професорсько-викладацького складу.

В. Кількаразове збільшення фоловерів, лайків та коментарів, охоплення аудиторії мін. 1,5-5 млн, вторинні хвилі охоплення через інтерполяцію.

Г. Посильний вклад в формування модерної конкурентоздатної національної провідної верстви та фахових середовищ, мотивованого, національно свідомого, високоосвіченого громадянства, здатного створювати та втілювати в життя ефективні системні концепції національного та фахового розвитку, значимі для національного та світового цивілізаційного процесу.

Концепт SMM просування

Концепт просування університету в соціальних мережах базується на організації системної роботи за чотирма основними комунікаційними каналами, залученні активної частини студентів до виробництва контенту на основних і додаткових каналах.

Бюджетна модуляція: модуль – 1 міс., тривалість 12-15 місяців з пролонгацією на наступні 12 міс.

Цільова аудиторія основних каналів: старшокласники, студенти, працююча молодь, батьки, меценати, партнери.

Цільова аудиторія додаткових каналів: майбутні абітурієнти та студенти, працююча молодь.

Основні канали: офіційні сторінка Facebook, Instagram, Youtube-, Telegram-канал.

Додаткові канали: Студентські групи Facebook, Instagram, відеоблоги на Youtube-, Telegram-каналах.

Тематика контенту.

Основні канали:

а. Відеоролики для промо Університету.

б. Проморолики про кожен з інститутів та підрозділів. Фото, відео, тексти, заходи, події, досягнення, молодіжне, студентське, юнацьке життя.

Додаткові канали:

а. Юнацьке, студентське та молодіжне життя, молодіжні теми, досягнення, унікальності, хобі, захоплення тощо.

б. Цивілізаційне українознавство в контексті розвитку світової цивілізації (пости, фото, мінімаланімація, меми, відеоблоги та ін., контентовані та сленговані студентами).

Бонус проекту: створення студентського SMM хабу (надається навчання, координація і ресурси) для залучення до просування Університету бажаючих з активної частини студентів, молодих науковців, в межах якого будуть розвиватися такі напрямки:

А. Школа блогерів Facebook, Instagram, Youtube. Мотиваційні майстер-класи від популярних діючих блогерів. Практичні кейси.

Б. SMM-центр. Курси, майстер-класи від SMM-фахівців, які допоможуть студентам отримати практичні навички SMM.

В. Тренінги з інформаційної гігієни та безпеки. Як відрізнити фейк від об'єктивної інформації, перевірка та аналіз інформації, основи OSINT-розслідувань.

Партнерські ресурси: дружні сайти, партнерська блог-платформа, більше 400 топових блогерів-авторів, відвідуваність більше 1,5 млн/міс., десятки партнерських груп в Facebook з аудиторією більше 1,5 мільйона фоловерів.

Рентабельність SMM-проектів для просування ЗВО в разі залучення висококофахової спеціалізованої SMM-команди складає 500 - 1500%.

Засиллю бездуховності в масмедійному та SMM-просторі, інформаційно-фейковому гнобленню української молоді необхідно протиставити солідарність Інтелекту та Духовності в соціальних мережах, наповнивши їх високодуховним, освітньо-інтелектуальним, креативно-молодіжним національним контентом, що може стати однією з важливих місій Університету.