

«Рассмотрено»

на заседании Ученого Совета ОММУ
протокол № 1

«28» 08 2024 г.

«Утверждаю»

Ректор ОММУ
доцент Джумаев Р.М.

«01» 09 2024 г.



СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПЛАН развития информационного освещения

№	Цели и задачи	Мероприятия	Ожидаемые результаты, индикаторы	Сроки исполнения
СТРАТЕГИЯ 1. Развитие и совершенствование отдела коммуникаций				
1.1	Повышение узнаваемости ОММУ как ведущего медицинского университета Кыргызстана	- Обновление сайта: добавить интерактивные элементы (виртуальные экскурсии, видео-интервью). - Активизация социальных сетей: - Регулярное создание постов (фото, видео). - Проведение конкурсов для подписчиков. - Работа с медиа: - Рассылка пресс-релизов. - Организация пресс-конференций. - Офлайн-мероприятия: - Проведение ежегодного фестиваля университета. - Организация встреч с		

		работодателями.		
1.2	Привлечение большего количества абитуриентов, в том числе из других стран	- Создать рабочую группу по информационному освещению. - Провести аудит текущих информационных каналов. - Разработать шаблоны публикаций и пресс-релизов в зарубежных информационных ресурсах		
1.3	Укрепление имиджа университета в медиапространстве	- Разработка комплексной PR-стратегии; - Активное взаимодействие с региональными и международными СМИ; - Создание и продвижение бренда университета через социальные сети и цифровые платформы.	• Количество публикаций в СМИ и социальных сетях; • Уровень вовлечённости аудитории (лайки, репосты, комментарии); • Повышение узнаваемости бренда.	2025-2030 гг.
1.4	Развитие цифровых коммуникаций	• Оптимизация официального сайта университета; • Внедрение современных инструментов цифрового маркетинга (SEO, таргетированная реклама); • Создание мультимедийного контента (видеоролики, подкасты, интервью с экспертами).	• Рост посещаемости сайта; • Повышение количества подписчиков в социальных сетях; • Увеличение времени пребывания пользователей на страницах ресурса.	2025-2030 гг.
СТРАТЕГИЯ 2. Взаимодействие с целевыми аудиториями				
2.1	Развитие корпоративной	• Создание системы внутреннего PR	• Повышение уровня	

	культуры и внутренних коммуникаций	(внутренние рассылки, корпоративные мероприятия); • Организация регулярных встреч руководства со студентами и преподавателями; • Внедрение системы обратной связи через цифровые платформы	вовлечённости сотрудников; • Улучшение информационной прозрачности; • Рост удовлетворённости студентов и преподавателей.	
2.2	Развитие партнёрских связей и внешних коммуникаций	• Организация конференций, круглых столов и пресс-туров; • Укрепление связей с медицинскими и образовательными учреждениями; • Разработка совместных PR-проектов с бизнес-сообществом и государственными структурами.	• Увеличение количества заключённых партнёрских соглашений; • Рост числа совместных мероприятий; • Повышение уровня доверия общественности к университету.	
СТРАТЕГИЯ 3. Развитие кризисных коммуникаций				
3.1	Создание системы антикризисного управления в PR	• Разработка алгоритмов реагирования на репутационные угрозы; • Обучение сотрудников отдела кризисным коммуникациям; • Мониторинг общественного мнения и оперативное реагирование на негативные публикации.	• Сокращение времени реагирования на кризисные ситуации; • Уменьшение количества негативных упоминаний в СМИ; • Рост доверия к официальным источникам	

			информации университета.	
СТРАТЕГИЯ 4. Аналитика и мониторинг эффективности PR-деятельности				
4.1	Создание системы оценки эффективности коммуникационных стратегий	• Разработка и внедрение KPI для PR-отдела; • Анализ и мониторинг динамики упоминаний университета в информационном поле; • Проведение регулярных социологических опросов среди студентов, преподавателей и партнёров.	• Повышение точности оценки PR-кампаний; • Оптимизация затрат на рекламные и информационные кампании; • Улучшение стратегического планирования PR-деятельности.	

Декан ОММУ:



/ Курманалиев Н.К.