

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение

Высшего образования

«Гжельский государственный университет»

(ГГУ)



УТВЕРЖДАЮ

и.о. ректора

Д. С. Сомов

КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ

на период до 2025 г.

пос. Электроизолятор

2022

СОДЕРЖАНИЕ

1. Введение.....	3
2. Миссия университета.....	5
3. Ценности университета.....	7
4. Цели коммуникационной стратегии.....	8
5. Задачи коммуникационной стратегии.....	9
6. Целевые аудитории вуза.....	10
7. Определение конкурентной среды.....	10
8. Взаимодействие с партнерами.....	11
9. Календарь инфоповодов.....	13
10. Представительство вуза в Интернете.....	17
11. Взаимодействие со СМИ.....	20
12. Основные составляющие коммуникационной стратегии вуза.....	21

1. Введение

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение «Гжельский государственный университет» (ГГУ) (далее Университет) располагается в юго-восточной части Подмосковья, в регионе традиционного бытования народного художественного промысла Гжель.

С 1899 г. образовательное учреждение готовит кадры для предприятий народных художественных промыслов, промышленного и социального секторов экономики Подмосковья, Центрального Федерального округа, России.

Сегодня в структурных подразделениях университета – три института, колледж, восемь художественных школ – свыше 5000 обучающихся. Успешно функционирует представительство университета в г. Сочи, работа которого имеет большое значение для укрепления деловых связей, привлечения в вуз студентов и специалистов, а также популяризации ценностей отечественного образования и культуры.

Университет продолжает выполнять свою уникальную миссию – создание условий, обеспечивающих возможность реализации каждым гражданином на протяжении жизни своего позитивного социального, культурного, экономического потенциала, сохранение и развитие художественно-промышленного образования, самобытных традиций культурного достояния России, преемственности поколений, создающих оригинальный художественный стиль, формирование личности, способной к компетентной и ответственной профессиональной деятельности

Образовательная и научно-творческая деятельность университета, реализация мероприятий в области воспитательной работы и молодежной политики имеют значимые результаты и признание.

Информирование абитуриентов, партнеров, заинтересованных реципиентов сведениями об университете и его деятельности, является одной из приоритетных задач вуза. Коммуникационная стратегия ГГУ – один из

основных документов университета, определяющий данное направление его деятельности (Устав ГГУ гл. 2 п. 4).

Коммуникационная стратегия ГГУ включает в себя сочетание различных видов рекламы, маркетинга, применение методов PR и система корпоративной идентификации (Устав ГГУ гл. 2 п. 2.6).

Целями продвижения образовательных услуг ГГУ являются повышение известности вуза, формирование спроса на имеющиеся и новые образовательные услуги, увеличение числа студентов и других потребителей образовательных услуг, формирование и поддержание положительного имиджа образовательной организации, активизация участия студентов и сотрудников вуза в общественной жизни региона и страны.

В 2022 году существенно возросли контрольные цифры приема в университете за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета по программам высшего и среднего профессионального образования. Контингент обучающихся за последние 15 лет непрерывно растет и к 2025 году ожидается увеличение его числа до 6500 чел.

Удельный вес численности иностранных студентов составляет 12,2%, что значительно превышает средний показатель по Российской Федерации (5,92) и Московской области (6,09). В университете обучается молодежь из 19 стран мира. Вуз активно сотрудничает с образовательными, научными и творческими зарубежными организациями.

В университете проводится обучение по 12 направлениям подготовки бакалавриата, 11 направлениям магистратуры, 14 специальностям среднего профессионального образования. С учетом экономических и социальных потребностей региона Разработаны и внедрены в учебный процесс четыре новых профиля образовательных программ: Менеджмент (организационно-управленческая деятельность в сфере предпринимательства); Менеджмент (гостиничных и ресторанных предприятий); Педагогическое образование (дошкольное); Педагогическое образование (начальное).

Студенты ГГУ успешно выступают в региональных, всероссийских и международных фестивалях и конкурсах. По итогам двух семестров

учебного года 63 студента университета вошли в число получателей именной стипендии «Подмосковье» Губернатора Московской области, семь студентов колледжа – стипендиаты Правительства Российской Федерации, 12 – стипендиаты главы Раменского городского округа Московской области, 36 студентов получали именные стипендии А. В. Гуськова.

По итогам года выросли показатели научно-исследовательской деятельности. На основании приказа Минобрнауки России от 03.03.2023 № 195 ГГУ присвоен статус федеральной инновационной площадки. С 2006 г. университет является инновационной площадкой Российской академии образования.

Миссия ГГУ, как образовательной организации, заключается в подготовке квалифицированных кадров, способных внести существенный вклад в социально-экономическое развитие и укрепление позиций государства; способствовать развитию и социализации гражданского общества России.

2. Миссия университета

Гжельский государственный университет обеспечивает рынок труда высококвалифицированными специалистами, способными использовать в своей работе инновационные подходы, сохраняя и преумножая традиции.

Миссия университета – создание условий, обеспечивающих возможность реализации каждым гражданином на протяжении жизни своего позитивного социального, культурного, экономического потенциала, сохранение и развитие художественно-промышленного образования, самобытных традиций культурного достояния России, преемственности поколений, создающих оригинальный художественный стиль, формирование личности, способной к компетентной и ответственной профессиональной деятельности.

Сегодня в Гжельском государственном университете сосредоточен огромный интеллектуальный и творческий потенциал. Здесь работают высокопрофессиональные педагоги, научная и материальная база университета позволяет готовить квалифицированные кадры для социально-

экономического развития государства, реализовывать масштабные международные проекты.

В новую эпоху университет сохраняет и укрепляет статус одного из центров интеллектуальной и духовной жизни страны, стремится занять достойное место среди ведущих университетов России.

Опираясь на накопленные за многолетнюю историю академические традиции, университет в качестве своих приоритетов определяет:

- подготовку выпускника, отличающегося креативностью и предприимчивостью, стремлением к поиску истины, саморазвитию, способного работать в команде, проектировать новые виды деятельности адекватные вызовам времени, ориентируясь на потребности общества и выступая с инициативами инновационного характера;

- формирование интеллектуальной, деловой, политической элиты региона, играющей ключевую роль во всех сферах общественной жизни;

- расширение спектра научных исследований с целью создания высокотехнологичных инновационных продуктов и прорывных технологий в приоритетных направлениях развития университета;

- позитивное воздействие на развитие региона через общественную деятельность коллектива университета;

- сохранение классических принципов фундаментальности и универсальности образования;

- усиление взаимодействия с отраслевой и академической наукой, с бизнес - сообществом, органами власти и гражданским обществом в интересах развития университета, региона, России в целом;

- расширение инновационных подходов в научной и образовательной деятельности;

- создание творческой атмосферы для сотрудников и студентов университета;

- развитие университетской корпоративной культуры, обеспечивающей поддержку индивидуальных творческих начал на принципах академических свобод, толерантности, коммуникативности,

диалога, что позволит сформировать общую систему ценностей университета;

- формирование у студентов активной гражданской позиции.

3. Ценности университета

Современный этап развития университета предполагает актуализацию его внутренних ценностей, являющихся основой формирования внутрикорпоративных отношений и внешних связей.

Ценности вуза базируются на творческом потенциале его научно-педагогических работников и обучающихся.

К основным ценностям, обеспечивающим реализацию творческого потенциала и развитие университета, относятся:

- становление личности, способной к созидательной социально-культурной деятельности, сохранение нравственных, культурных и духовных ценностей России, приумножение традиций народного художественного промысла Гжель, других народных промыслов, традиционного декоративно-прикладного искусства, патриотическое воспитание подрастающего поколения;
- развитие университета как центра непрерывного образования, науки, культуры и искусства, повышение вклада в социально-экономическое развитие Московской области, Российской Федерации, при этом приоритетной сферой деятельности должна оставаться сфера художественно-промышленного образования;
- дальнейшее становление вуза как Международного ресурсного центра мастеров высокотехнологичного декоративно-прикладного искусства (керамика, стекло, металл), крупного образовательного и учебно-производственного комплекса, включающего экспериментальные и учебно-производственные мастерские, структурные подразделения, реализующие различные виды и уровни образования, объекты социально-культурной сферы;
- сохранение и развитие художественно-промышленного образования, обеспечение высокого качества многоуровневой системы подготовки кадров

для народных промыслов, народного хозяйства страны;

- формирование имиджа университета на основе традиционной российской культуры, коллективистских ценностей, восприятие университета как единого целостного механизма, в котором каждый, служа общим целям, выполняет определенные задачи;

- повышение научного и педагогического потенциала профессорско-преподавательского состава университета, педагогического состава колледжа за счет развития внутривузовской системы подготовки кадров высшей квалификации;

- формирование новых и развитие всех существующих научных и художественных школ, создание благоприятных условий для творческой работы коллектива университета, его структурных подразделений;

- совершенствование информационной инфраструктуры, единого научно-образовательного информационного пространства, интегрированного в мировую информационную среду, внедрение современных информационно-коммуникационных технологий в учебный процесс, научно-исследовательскую деятельность и систему управления, повышение уровня информационной культуры всего коллектива вуза;

- соблюдение условий Коллективного договора, расширение финансовой, организационной и социальной поддержки ведущих художников и ученых университета, всего профессорско-преподавательского состава, других категорий работников, а также студентов и аспирантов;

- совершенствование прозрачного и эффективного механизма учета, контроля и распределения бюджетных средств и средств от приносящей доход деятельности, стимулирования этого вида деятельности на уровне подразделений и работников;

- повышение эффективности хозяйственной деятельности, расширение спектра дополнительных образовательных услуг, привлечение финансовых средств научных, общественных и благотворительных фондов.

4. Цели коммуникационной стратегии

Стратегическая цель Гжельского государственного университета – сохранение и укрепление позиций вуза как центра непрерывного образования, искусства, науки и культуры, расширение сферы образовательного пространства, повышение вклада в социально-экономическое развитие Московской области, Российской Федерации, формирование международного образовательного и учебно-производственного комплекса, включающего объекты социальной сферы, структурные подразделения, реализующие различные виды и уровни образования, способного решать любые образовательные, художественно-промышленные, научные и социальные задачи.

Цель коммуникационной стратегии – содействие достижению поставленной стратегической цели, а также формирование и поддержание в глазах целевых аудиторий образа уникального учебного заведения, бережно хранящего традиции всемирно известного промысла Гжель, осуществляющего подготовку высококвалифицированных кадров для региона, уверенно смотрящего вперед и использующего в процессе обучения самые передовые технологии.

Коммуникационная стратегия разработана в рамках объявленного Президентом России В. В. Путиным 2022–2031 десятилетия науки и технологий (Указ Президента Российской Федерации от 25.04.2022 № 231 «Об объявлении в Российской Федерации Десятилетия науки и технологий»).

5. Задачи коммуникационной стратегии

К основным задачам коммуникационной стратегии можно отнести:

- создание и поддержание понятного целевым аудиториям благоприятного образа университета;
- отстройка от конкурентов;
- создание положительной репутации вуза;
- создание узнаваемости и понимания потребителями миссии университета;

- завоевание доверия абитуриентов, партнеров, учредителей;
- создание долговременных отношений со СМИ;
- прогнозирование кризисов и разрешение недоразумений;
- создание и соблюдение единого фирменного стиля и фирменных стандартов;
- удержание тесного контакта со всеми целевыми аудиториями;
- поддержание благоприятного взаимодействия с сотрудниками и профессорско-преподавательским составом.

6. Целевые аудитории вуза

К внешним целевым аудиториям университета относятся:

1. Абитуриенты России, стран СНГ и дружественных стран;
2. Учащиеся общеобразовательных школ, а также учреждений дополнительного образования и культуры;
3. Родители обучающихся;
4. Региональные СМИ;
5. Выпускники;
6. Работодатели;
7. Государственные и муниципальные органы управления;
8. Молодежные и общественные организации;
9. Партнеры.

Внутренние целевые аудитории:

1. Обучающиеся;
2. Профессорско-преподавательский состав и сотрудники;
3. Администрация вуза.

7. Определение конкурентной среды

Гжельский государственный университет является единственным федеральным вузом Раменского городского округа Московской области. Структурными подразделениями университета являются колледж ГГУ и

восемь художественных школ. Основными конкурирующими организациями являются следующие учебные заведения:

- ГБПОУ МО Раменский дорожно-строительный техникум
- ГБПОУ МО Раменский колледж
- ГБПОУ МО Московский областной медицинский колледж № 2
- ГБПОУ МО Раменский дорожно-строительный техникум
- ГБПОУ МО Автомобильно-дорожный колледж
- Лыткаринский промышленно-гуманитарный колледж, филиал ГБОУ ВО МО университет Дубна
- ГБПОУ МО Люберецкий техникум имени Героя Советского Союза лётчика-космонавта Ю. А. Гагарина
- ГОУ ВО МО Государственный гуманитарно-технологический университет
- ГОУ ВО МО Государственный социально-гуманитарный университет
- ФГБОУ ВО Московская государственная академия физической культуры.

8. Взаимодействие с партнерами

В настоящее время университет взаимодействует более чем с 200 образовательными учреждениями как в России, так и за рубежом, органами государственной власти и управления разного уровня, творческими объединениями, молодежными, некоммерческими организациями: Московская областная Дума, Администрация Раменского городского округа, Совет депутатов Раменского городского округа, Пенсионный фонд Раменского городского округа, Союз художников Гжели, Некоммерческое партнерство «Палата народных промыслов и ремесел», Комитет по спорту и молодежной политике Раменского городского округа и др.

Университет расположен в регионе традиционного бытования народного промысла «Гжель», являющегося визитной карточкой России. На этой территории расположены объекты, с которыми осуществляется

регулярное взаимодействие, а именно:

- уникальные предприятия, выпускающие мировой бренд – гжельскую керамику;

- уникальные историко-архитектурные объекты федерального значения и регионального значения – церковь иконы Божьей Матери «Владимирская» (архитекторы В.И. Баженов и М.Ф. Казаков), Поклонный крест в честь 2000-летия Рождества Христова, часовня – мемориал в память 625-летия Куликовской битвы, памятник первому директору Раменской ткацкой мануфактуры Ф.М. Дмитриеву, церковь Успения Божией матери, церковь Великомученика Георгия Победоносца, церковь Покрова Божией Матери, церковь Вознесения Христова и древлеправославная церковь Святого Великомученика Георгия, построенная на средства нескольких фарфоровых заводов Ивана Емельяновича Кузнецова и др.

- музеи: Раменский историко-художественный музей, музей 100-Гвардейской Свирской Краснознаменной воздушно-десантной дивизии, музей «Опаленная юность», музеи Гжельского промысла, музей истории г. Бронницы, музеи боевой и трудовой славы в учреждениях и организациях. Поскольку история края связана с деятельностью таких известных деятелей как А.А. Пушкин (внук поэта), декабристов И.И. Пущина и М.А. Фонвизина в г. Бронниц установлены их бюсты, разбит мемориальный парк А.А. Пушкина.

- Раменская центральная библиотека, научная библиотека Раменского историко-художественного музея, кинотеатр «Юбилейный». В Раменском городском округе 22 дворца и дома культуры, наиболее крупные из них Культурно-досуговый центр «Сатурн», «Гжельский», МУК Дворец культуры имени В.В. Воровского, Развлекательный центр «27-В», Центр казачьей культуры «Вольная станица» и др. Семь театров – МУК Драматический театр Стрела для детей и взрослых, Народный коллектив «Театр «Содружество актёров», Театральный коллектив «Звучащее слово», Детский театральный коллектив «Фантазёры», Театр кукол «Жар-птица», Театральный коллектив «Град», Молодёжный театральный коллектив

«Дебют»Ticketland, центры развлечений – «Фортуна», Киберклуб CyberX, 3D аттракцион Oculus и др.

- Дом творчества и выставочный зал им. Б.А. Салтыкова в с. Речицы;
- Дворец спорта Борисоглебский г. Раменское, Физкультурно-оздоровительный комплекс «Метеор», спортивно-оздоровительный комплекс «Сатурн», Ледовая арена ДС Борисоглебский, Альфа-теннис, Деревянный городок, ГАУ МО центр спортивной подготовки по игровым видам спорта № 4, Фитнес-клуб «Микс», стадион им. А.К. Белова, лыжный клуб Н.С. Наседкина и др.

9. Календарь инфоповодов

Дата	Инфоповод
Сентябрь	<p>Торжественные мероприятия, посвященные Дню знаний</p> <p>День солидарности в борьбе с терроризмом</p> <p>Ежегодный проект «Дни воинской славы»</p> <p>Творческий проект «Мир в объективе»</p> <p>Региональный конкурс «Мисс-Гжель»</p> <p>Вузовский закрытый отборочный чемпионат WorldSkills</p> <p>Декада «Чистый университет»</p> <p>Всероссийский экологический субботник</p> <p>Первенство Московской области по дзюдо среди юниоров</p> <p>Единый день профилактической работы</p>
Октябрь	<p>Всероссийский конкурс молодежи образовательных и научных организаций «Моя законотворческая инициатива»</p> <p>День донора «Подари каплю жизни» при поддержке Московской областной станции переливания крови</p> <p>Международный общественно-культурный форум «Мир для мира»</p> <p>Вузовский конкурс «Мой удивительный край», посвященный Всемирному дню туризма</p> <p>Посвящение в первокурсники</p>

	<p>День открытых дверей</p> <p>Экологические акции</p> <p>Всероссийская экологическая акция «Бумага, сдавайся!»</p> <p>Единый день профилактической работы</p>
Ноябрь	<p>Региональный форум «Молодежь против киберэкстремизма»</p> <p>Отчетно-выборная конференция студенческого совета ГГУ</p> <p>Региональный этап Всероссийского конкурса «Студент года»</p> <p>Вузовский кубок «КВН»</p> <p>День матери</p> <p>Международная просветительская акция «Большой этнографический диктант»</p> <p>Международный научный форум «Образование. Наука. Культура»</p> <p>Московская международная выставка «Образование и карьера»</p> <p>День открытых дверей</p> <p>Всероссийский экологический диктант</p> <p>Всероссийский географический диктант</p> <p>Единый день профилактической работы</p> <p>Конкурс «Мисс фитнес»</p>
Декабрь	<p>Международный день борьбы с коррупцией</p> <p>День начала контрнаступления советских войск против немецко-фашистских войск в битве под Москвой</p> <p>День героев Отечества</p> <p>День Неизвестного Солдата</p> <p>Международный фестиваль национальных культур «Мы учимся в России»</p> <p>Выставка изделий из фарфора и майолики, выполненных студентами и преподавателями университета «В гостях у сказки»</p>

	<p>Единый день профилактической работы</p> <p>Выставка работ учащихся художественных школ, посвященная светлому православному празднику Рождества Христова</p> <p>Праздничные мероприятия, посвященные празднованию Нового года и Рождества</p> <p>Традиционный открытый диалог «Ректор – студент»</p>
Январь	<p>День российского студенчества</p> <p>Внутривузовский этап национальной премии «Студент года»</p> <p>День полного освобождения Ленинграда от фашистской блокады</p> <p>Региональный конкурс детских рисунков «Рождественская фантазия»</p> <p>День открытых дверей</p> <p>Всероссийские соревнования по бадминтону среди студентов</p> <p>Единый день профилактической работы</p>
Февраль	<p>Акция мы за безопасность на дорогах</p> <p>День разгрома советскими войсками немецко-фашистских войск в Сталинградской битве</p> <p>Возложение цветов студентами и преподавателями к мемориалу погибшим в Великой Отечественной войне на площади Победы в г. Раменское</p> <p>День православной молодежи</p> <p>Торжественное мероприятие, посвященное празднованию Дня защитника Отечества</p> <p>День карьеры</p> <p>День открытых дверей</p> <p>Единый день профилактической работы</p>
Март	<p>Торжественные мероприятия, посвященные Дню воссоединения Крыма с Россией</p>

	<p>День православной книги</p> <p>Выставка-ярмарка народных художественных промыслов России «Ладья»</p> <p>Единый день профилактической работы</p> <p>Празднование Международного женского дня</p> <p>День открытых дверей</p> <p>Открытие выставки конкурса плакатов «Мы против курения»</p> <p>Первенство ГГУ по волейболу</p> <p>Первенство ГГУ по настольному теннису</p> <p>Конкурс плакатов «ГГУ – территория спорта»</p>
Апрель	<p>«Диктант Победы»</p> <p>День космонавтики</p> <p>Международный фестиваль детского, юношеского и студенческого творчества «Синяя птица Гжели»</p> <p>Неделя науки ГГУ</p> <p>Международный научный форум обучающихся «Молодежь в науке и творчестве»</p> <p>День открытых дверей</p> <p>Экологические субботники по уборке закрепленной территории</p> <p>Первенство ГГУ по дартс</p> <p>Первенство ГГУ по стритболу</p> <p>Единый день профилактической работы</p> <p>Проведение Акции «Георгиевская ленточка», Сирень победы</p>
Май	<p>День Победы советского народа в Великой Отечественной войне</p> <p>День славянской письменности и культуры</p> <p>День открытых дверей</p> <p>Экологические субботники</p> <p>Первенство ГГУ по мини-футболу</p>

	Спартакиада вузов Московской области по волейболу среди женщин и по мини-футболу среди мужчин Традиционный открытый диалог «Ректор – студент» Единый день профилактической работы
Июнь	День России День памяти и скорби День молодежи Пушкинский день в России (день русского языка) Вручение дипломов Начало работы студенческого отряда Единый день профилактической работы

10. Представительство вуза в Интернете

Университет широко представлен в сети Интернет. Для формирования благоприятного имиджа и увеличения количества абитуриентов, вузу необходимо выстраивать определенные отношения со всеми целевыми аудиториями не только в условиях реальной жизни, но и в интернет-пространстве. На сегодняшний день Гжельский государственный университет представлен не только в ключевых социальных сетях, но и на ведущих образовательных порталах и форумах, наиболее популярных видеохостингах, на сайтах организаций-партнеров.



Рис. 1. Структура виртуальной среды Гжельского государственного университета



Рис. 2. Официальный сайт Гжельского государственного университета

Наиболее популярным сервисом, привлекающим внимание подавляющего большинства пользователей интернета, являются социальные сети.

У Гжельского государственного университета имеется по одному главному официальному сообществу в ключевых социальных медиа (Вконтакте, Одноклассники, Telegram), а также ряд сообществ для структурных подразделений (группы Вконтакте для Студенческого совета ГГУ, клуба КВН, клуба волонтеров, музея декоративно-прикладного искусства, студенческого телевидения ГГУтв, Института декоративно-прикладного искусства и дизайна, Института социально-гуманитарного образования, общежитий ГГУ, отделений колледжа (технологического, строительного, информационных технологий, декоративно-прикладного искусства и живописи, скульптуры и дизайна, экономики и права, сервиса и

туризма, культуры и искусства, физической культуры)), а также восьми художественных школ.

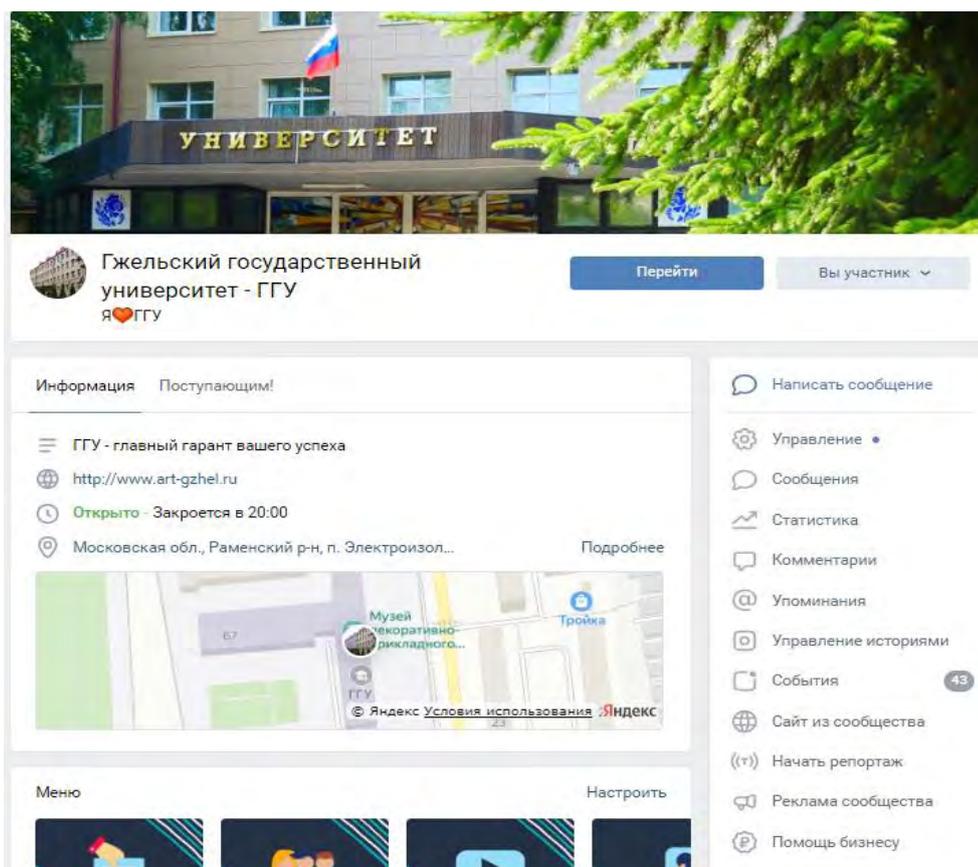


Рис. 3. Официальный аккаунт университета в социальной сети Вконтакте

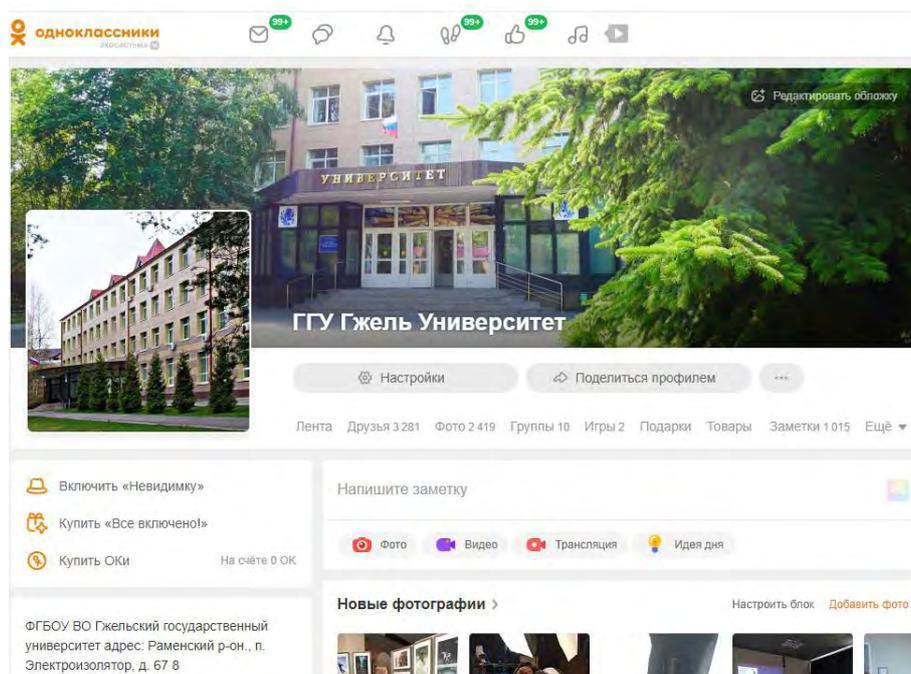


Рис. 4. Официальный аккаунт университета в социальной сети Одноклассники

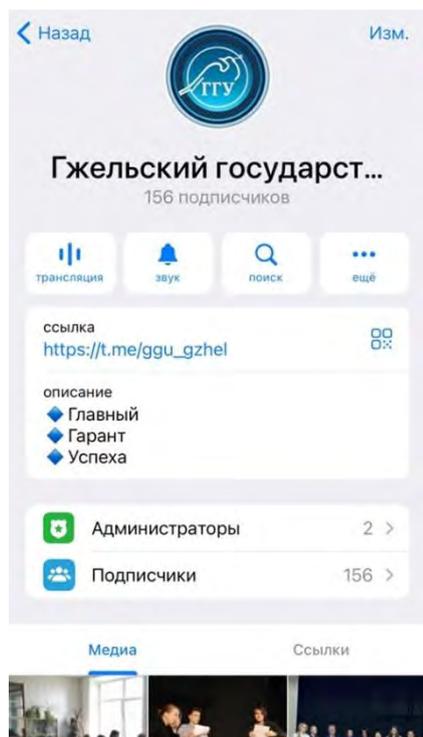


Рис. 5. Официальный аккаунт университета в социальной сети Telegram

Страницы вуза в социальных сетях – это возможность оперативно и с минимальными затратами формировать качественный контролируемый информационный поток, который в кратчайшие сроки достигает желаемую аудиторию.

11. Взаимодействие со СМИ

Осуществляется регулярное взаимодействие с Муниципальным унитарным предприятием «Раменское телевидение», Муниципальным учреждением Искара-ВЭКТ – Воскресенское телевидение, группами в социальных сетях «Гжелюшка», «Мы – гжельцы», Воскресенск-24, Раменское - онлайн, Луховицы, Пушкино live, Комитет Раммолспорт – Я помогу! Раменский волонтер, Раменское информационное агентство «Родник», Издательский дом «Круглый стол», Городок, Городской помощник Раменское, Раменское | Жуковский, Подслушано в Егорьевске, Анонимная Шатура Любимая, Подслушано в Ногинске, Коломна Новости, Типичное Орехово-Зуево, Моя Электросталь.

12. Основные составляющие коммуникационной стратегии вуза

Основные элементы коммуникационной политики ФГБОУ ВО «ГГУ»:
маркетинг, реклама, связи с общественностью, система корпоративной идентификации.

1. *Маркетинг.* Маркетинговые коммуникации определяются как систематические отношения между бизнесом и рынком, в ходе которых собираются воедино разнообразные идеи, дизайнерские решения, сообщения, данные о состоянии среды коммуникаций, формы, размеры с целью передачи идей, стимулирования конкретного восприятия товаров и услуг отдельными людьми, объединенными в целевой рынок. Маркетинговые коммуникации университета состоят из следующих направлений:

- прямой маркетинг;
- почтовые рассылки (отправка на почтовый адрес объявлений, поздравлений с главными праздниками и иных уведомлений);
- личные продажи (прямой контакт участника рынка и потенциального потребителя);
- события на промоуровне (проведение выездных мастер-классов, выставок, обучающих занятий).

Система маркетинговых коммуникаций – наиболее активная часть маркетингового инструментария включает комплекс мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта. В результате комплексного использования данного направления вузу необходимо добиться, чтобы потенциальный потребитель судил о продукте на основе точных знаний, создающих положительный образ продукта.

2. *Реклама.* Рекламная коммуникация – информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Рекламные коммуникации включают в себя:

- рекламу в СМИ (периодическое размещение объявлений в региональной прессе, Раменском радио, региональном телевидении);
- рекламу Web (Интернет-реклама на образовательных порталах и в социальных сетях) + сайт как коммуникативный элемент;
- E-mail-рекламу (рассылка анонсов и поздравлений);
- материалы на местах продажи (листочки с информацией о ГГУ, промо-сувениры).

3. *Связи с общественностью* (public relations, PR) – формирование системы гармоничных коммуникаций организации с ее целевыми группами на основе полной и объективной информированности в рамках достижения целей коммуникатора. Система связей с общественностью включает:

- отношения со СМИ (поддержание отношений с региональными СМИ);
- отношения с контактными и целевыми группами;
- отношения с органами власти;
- внутрикорпоративные коммуникации (мероприятия для коллектива ГГУ, поздравления с праздниками, юбилеями).

Более шести лет в университете работает студенческий медиацентр, где собрались и успешно трудятся студенты, увлекающиеся журналистикой. Фотосъемка, видеорепортажи, подготовка материалов для газеты и социальных сетей – всем этим занимается команда студенческого медиацентра. Студенческое телевидение «ГГУtv» за прошедший год подготовило более 60 сюжетов о жизни вуза и региональных событиях.

4. *Система корпоративной идентификации* определяется как совокупность визуальных, аудиальных, логических, языковых, тактильных и обонятельных знаков, обеспечивающих выделение вуза и его сообщений в контексте окружающей среды и их связную идентификацию. К средствам вербальной идентификации вуза относятся его девиз, история, название, миссия, цели. Комплекс невербальных средств идентификации вуза связан с понятием «фирменный стиль» и включает в себя логотип, цветовое и графическое решение образа, шрифтографику, элементы деловой графики.



Рис. 6. Платформа бренда



Рис. 7. Логотип



Рис. 8. Фирменные цвета Гжелского государственного университета



Рис. 9. Фирменные шрифты



Рис. 10. Полиграфическая продукция



Рис. 11. Сувенирная продукция ГГУ

Перечисленные элементы визуализации образа вуза подчиняются единой цветовой и графической концепции, которая отражает его индивидуальные характеристики.

Университет является центром сохранения традиций всемирно известного промысла и подготовки кадров для региона, собрав в своих стенах известных художников, педагогов, высококвалифицированных специалистов по различным направлениям декоративно-прикладного искусства. Художников, дизайнеров, мастеров народных промыслов привлекает атмосфера творчества, которая царит в университете.

Коммуникационная стратегия значимым образом влияет на решение стоящих перед университетом стратегических задач.

Проректор по научной, образовательной
деятельности и молодежной политике



А.С. Канюк

Начальник управления воспитательной работы
и молодежной политике



Г.И. Христенко

Начальник правового управления



А.А. Сапронов