



ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА “СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ  
И ПЕДАГОГИКА”

# Создание отдела по связям с общественностью в вузе



ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА “СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ  
И ПЕДАГОГИКА”

## **Отдел по связям с общественностью**

Отдел по связям с общественностью\* является самостоятельным структурным подразделением вуза.

Руководитель PR-отдела –специалист по связям с общественностью, участвует в принятии важнейших стратегических решений.

\*Данному подразделению может быть присвоено название «Пресс-служба», «Отдел информации и общественных связей»

---



ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА “СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ  
И ПЕДАГОГИКА”

## **Основная цель ведения деятельности по связям с общественностью в вузе**

Организация коммуникационной политики вуза по различным направлениям деятельности.

---



ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА “СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ  
И ПЕДАГОГИКА”

## Первые PR-отделы в российских вузах

- МГУ им. М.В. Ломоносова,
- МГИМО,
- Государственная академия управления им. С. Орджоникидзе,
- МГТУ им. Н.Э. Баумана

## PR-отделы (пресс-службы) в воронежских вузах

- ВГПУ (2011)
- ВГУ (2007)
- ВГАСУ (2010)
- ВГИФК МГАФК (2011)
- Воронежский институт ФСИН  
России (2007)
- Воронежская православная  
духовная семинария (2007)
- ВИБТ (2008)
- ВАИУ (2009)



## Направления деятельности по связям с общественностью в вузе

- Организация коммуникационной политики вуза в профориентационной деятельности по привлечению абитуриентов
- Создание и реализация концепции имиджа вуза, деятельность по его формированию и поддержанию
- Установление и развитие отношений со СМИ
- Создание образа вуза в сети Интернет
- Организация специальных вузовских мероприятий (конференции, дни открытых дверей, выставки)
- Формирование, поддержание и развитие отношений с группами общественности
- Внутрикорпоративная деятельность
- ~~Взаимодействие и поддержка руководства вуза по вопросам коммуникационной политики~~



ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА “СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ  
И ПЕДАГОГИКА”

## **Преимущества организации PR- деятельности собственным отделом**

- Собственные сотрудники менее дорогостоящие
- Они пользуются большим доверием у потенциальных абитуриентов, заказчиков потому что идентифицируются с вузом
- Лучше знают вуз, его проблемы, потенциальные возможности
- Они эффективнее сотрудничают со СМИ
- Главная цель – интересы вуза



ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА “СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ  
И ПЕДАГОГИКА”

## **Основные проблемы организации коммуникационной деятельности в вузе**

- недостаточное внимание к PR-деятельности со стороны топ-менеджмента вуза;
  - отсутствие системного видения коммуникационной деятельности вуза как неотъемлемой составляющей его рыночной стратегии;
  - отсутствие согласованных и иерархически грамотных организационных решений по обеспечению эффективной PR-деятельности;
  - неразработанность стратегии и тактики коммуникаций;
-



ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА “СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ  
И ПЕДАГОГИКА”

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**