

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ КЫРГЫЗСКОЙ
РЕСПУБЛИКИ

ИСЛАМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КЫРГЫЗСТАНА

<p>РАССМОТРЕНО Протокол № 2 Учёного совета «2» 12 2023 г.</p>	<p>УТВЕРЖДАЮ Ректор Исламского университета Кыргызстана, проф. Нарматов А.И. «2» 12 2023 г.</p> 
--	---

МЕДИА-ПЛАН

ИСЛАМСКОГО УНИВЕРСИТЕТА КЫРГЫЗСТАНА

Бишкек – 2023

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Медиа-план Исламского университета Кыргызстана разработан с целью формирования положительного имиджа Университета, обеспечения информационной открытости, продвижения образовательных программ, укрепления взаимодействия с обществом и повышения узнаваемости Университета в информационном пространстве.

2. ЦЕЛИ МЕДИА-ПЛАНА

Основными целями медиа-плана являются:

- развитие единой информационной политики Университета;
- повышение узнаваемости бренда Университета;
- оперативное информирование общественности;
- продвижение образовательных программ;
- укрепление репутации Университета;
- поддержка приемной кампании;
- популяризация научной, воспитательной и международной деятельности;
- развитие цифровой коммуникации.

3. ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ

- регулярное обновление официального сайта;
- активное ведение социальных сетей;
- подготовка фото- и видеоматериалов;
- освещение мероприятий Университета;
- взаимодействие со СМИ;
- продвижение достижений студентов и ППС;
- создание современного цифрового контента;
- развитие визуального стиля Университета.

4. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПЛАТФОРМЫ

Основные платформы:

- официальный сайт Университета;
- Instagram;
- Facebook;
- Telegram;
- YouTube;
- TikTok (при наличии);
- электронная почта;
- СМИ и новостные порталы.

5. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ КОНТЕНТА

№ Направление	Содержание
1 Новости Университета	Официальные мероприятия, встречи, конференции
2 Образовательный контент	Информация о программах, кафедрах, факультетах
3 Научная деятельность	Статьи, конференции, исследования
4 Воспитательная работа	Духовно-нравственные мероприятия
5 Студенческая жизнь	Интервью, достижения, конкурсы
6 Международная деятельность	Сотрудничество, мобильность, визиты
7 Приемная кампания	Реклама, профориентация
8 Имиджевый контент	История, миссия, ценности Университета
9 Видео-контент	Reels, интервью, репортажи
10 Социальные проекты	Благотворительность, общественные инициативы

6. ПЕРИОДИЧНОСТЬ ПУБЛИКАЦИЙ

Платформа Частота

Instagram	ежедневно
Stories	5–10 в день
Facebook	3–4 раза в неделю
Telegram	ежедневно
Сайт	3–5 новостей в неделю
YouTube	2–4 видео в месяц
TikTok	3–5 видео в неделю

7. ГОДОВОЙ КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН

Месяц	Основные мероприятия
Сентябрь	День знаний, адаптация студентов
Октябрь	Конференции, круглые столы
Ноябрь	Олимпиады, научные форумы
Декабрь	Итоги семестра
Январь	Зимняя сессия
Февраль	Профориентационная работа
Март	Культурные мероприятия
Апрель	Международные конференции

Месяц	Основные мероприятия
Май	Научные публикации, практика
Июнь	Выпускной, итоги года
Июль	Приемная кампания
Август	Подготовка к новому учебному году

8. ВИДЫ МЕДИА-МАТЕРИАЛОВ

Текстовый контент:

- новости;
- пресс-релизы;
- интервью;
- объявления;
- статьи;
- поздравления.

Визуальный контент:

- фотографии;
- афиши;
- баннеры;
- инфографика;
- презентации.

Видео-контент:

- reels;
- интервью;
- видеорепортажи;
- прямые эфиры;
- промо-ролики.

9. КРИ МЕДИА-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Основные показатели:

- количество публикаций;
- охват аудитории;
- рост подписчиков;
- вовлеченность аудитории;
- посещаемость сайта;
- количество видеопросмотров;
- количество публикаций в СМИ;
- активность обратной связи.

10. ОТВЕТСТВЕННЫЕ ЛИЦА

Направление Ответственные

Направление	Ответственные
Сайт	Веб-администратор
Социальные сети	SMM-специалист
Фото/видео	Медиа-специалист
Новости	Пресс-секретарь
Дизайн	Графический дизайнер
Контроль	Руководитель медиа-отдела

11. ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Реализация медиа-плана позволит:

- повысить узнаваемость Университета;
- укрепить имидж КИУ;
- увеличить количество абитуриентов;
- повысить активность студентов;
- обеспечить информационную открытость;
- укрепить взаимодействие с обществом;
- развить цифровую экосистему Университета.

12. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Медиа-план реализуется Медиа-отделом Университета совместно со всеми структурными подразделениями.

Контроль за исполнением медиа-плана возлагается на руководство Университета и руководителя Медиа-отдела.