

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

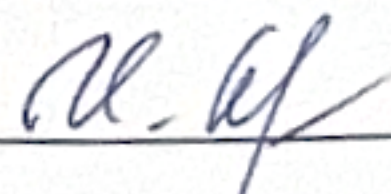
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

УРАЛЬСКИЙ ФИЛИАЛ

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор Уральского филиала

Финансового университета

 И.А. Кравченко

« 18 » ноября 2025 г.

ПЛАН

МЕДИЙНОЙ АКТИВНОСТИ

НА 2026 ГОД

Челябинск, 2025

№	Мероприятие	Содержание	Сроки	Результат
1	Реклама в интернете на сайте и группах университета	<u>Основной сайт как рекламная площадка:</u> – информирование; – напоминание (постоянно держать в курсе событий; напоминать о знаковых событиях). - Иные виды рекламы <u>Группа в вк:</u> - информирование - развлекательный контент - взаимодействие с участниками <u>Телеграмм-канал:</u> - развлекательный\интерактивный контент	На протяжении учебного года	Повышение объема продаж образовательных услуг. Формирование имиджа заведения
2	Связи с общественностью	Встречи, совещания, собрания, ДОД -встречи с представителями общественных организаций;	На протяжении учебного года	Взаимопонимание и эффективный диалог между администрацией образовательного учреждения и его целевыми группами

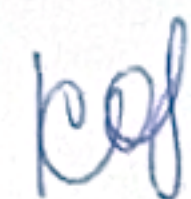
		- встречи с представителями работодателей; - встречи с руководством колледжей-партнеров и школ-партнеров; - встречи с руководством Управлений образования города и области		общественности (привлечение материальной поддержки, расширение сферы целевых групп и т.д.). Создание оптимальной коммуникативной среды.
3	Прямой маркетинг	- <i>личные продажи</i> – непосредственное взаимодействие с одним или несколькими потенциальными потребителями образовательных услуг <i>прямая почтовая реклама</i> – рассылка, распространяемая на адреса электронной почты с информацией о ближайших или возможных мероприятиях, с анкетами и пр. <i>интерактивный маркетинг</i> – сетевой, онлайн-маркетинг, где в качестве используются различные виды анкет, опросов,	На протяжении учебного года	Повышение объема продаж образовательных услуг. Формирование имиджа заведения

		голосований.		
4	Участие в ярмарках и выставках	участие в интерактивных выставках образовательных учреждений (выставки образовательной ориентации, ярмарки вакансий и учебных мест, Дни выпускника и т.п.)	На протяжении учебного года	Повышение объема продаж образовательных услуг. Формирование имиджа заведения
5	Сотрудничество	Колледжи-партнеры, школы, сотрудники университета, работодатели	На протяжении учебного года	Повышение объема продаж образовательных услуг.
6	Взаимодействие с ближайшими населенными пунктами	Иногородние студенты-представители в своих населенных пунктах проводят в школах агитацию по поступлению в университет	В течение года	Повышение объема продаж образовательных услуг. Повышение узнаваемости университета.
7	Реклама на сторонних платформах	Размещение рекламы на баннерах города Аудио-реклама в ТРК Листовки Таргетированная реклама –	Год Год Апрель-май В течение года	Повышение объема продаж образовательных услуг. Повышение узнаваемости университета.

		размещается в соответствии с ЦА -Для школьников 10-11 классов (по ключевым фразам поиска, в группах по подготовке к экзаменам) – реклама ВО -Для школьников 9 классов (по ключевым фразам поиска, в группах по подготовке к экзаменам) – реклама СПО -Для выпускников СПО, а также людей старшего возраста (по ключевым фразам поиска, в группах по поиску работы) – реклама ВО SEO – размещение сайта Финуниверситета на первых местах результатов поиска Сайты-агрегаторы – размещение информации про университет на сайтах по подбору ВУЗа/колледжа	В течение года В течение года	
8	Ведение лендинговой страницы	Размещение актуальной информации с возможностью	В течение года	Повышение объема продаж образовательных услуг.

		оставить заявку для связи		Повышение узнаваемости универа.
9	Мероприятия, проводимые в университете	ДОД, личное взаимодействие преподавателей с будущими выпускниками (курсы, мастер-классы и т.д)	В течение года	Повышение объема продаж образовательных услуг. Повышение узнаваемости универа.
10	Сотрудничество со школами, колледжами-партнерами	Информирование и консультации представителями университета школьников и студентов, проведение мастер-классов и интерактивных игр	Май-июнь	Повышение объема продаж образовательных услуг. Повышение узнаваемости универа.

План подготовил
Главный специалист по маркетингу



А.С. Козина