

ПАСПОРТ ПРОЕКТА СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ КОЛЛЕДЖА

1.	Наименование проекта	Корпоративный PR
2.	Цель проекта	Привлечение внимания целевых аудиторий к колледжу, его возможностям и достижениям
3.	Задачи проекта	<p>1 Разработка концепции информационной политики и плана коммуникативно-информационных взаимодействий Колледжа с целевыми аудиториями.</p> <p>2 Разработка мероприятий по использованию бренда и символики Колледжа.</p> <p>3 Развитие корпоративной культуры как внутренней составляющей имиджа Колледжа.</p> <p>4 Развитие традиционных связей с общественностью и внедрение новых форматов взаимодействия с целевыми группами потребителей.</p> <p>5 Совершенствование инфраструктуры информационной политики колледжа.</p>
4.	Целевые группы проекта	<ul style="list-style-type: none"> • обучающиеся и их родители; • потенциальные работодатели выпускников; • различные группы общественности города, района и края; • государственные структуры; • сотрудники колледжа; • социальные партнеры.
5.	Результаты проекта	<p>Разработаны ЛНА, устанавливающие требования:</p> <ul style="list-style-type: none"> • к PR-деятельности колледжа; • к корпоративной культуре в колледже. <p>Бренд колледжа и руководство по его использованию;</p> <p>Периодические издания колледжа:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Альманах «Лучшие практики партнерства» (5 лет); • Периодическое издание «Достижения и перспективы» (3 в год). <p>Присутствие колледжа в информационном поле города, района и края:</p> <ul style="list-style-type: none"> - не менее 5 публикаций (видео-сюжетов) в СМИ Чайковского муниципального района в год; - установлены ссылки на официальный сайт колледжа на сторонних сайтах ЧМР; - не менее 1 публикации в Вестнике образования Пермского края в год.

		<p>Проведение PR-акций не менее 5 в год; Участие в мероприятиях ЧМР не менее – 3-х в год. Совершенствование структуры сайта колледжа: - создание электронного ресурса о секторах экономики, для которых осуществляется подготовка,; - создание разделов о достижениях студентов, выпускников и преподавателей</p>
7.	Сроки реализации проекта	Январь, 2015г. – 2018г.
8.	Актуальность проблемы	<ul style="list-style-type: none"> • отсутствие информационной политики колледжа; • недостаточность и фрагментарность присутствия колледжа в информационном поле города, района и края; • отсутствие узнаваемости колледжа среди целевых групп потребителей
9.	Описание проекта, основных этапов и мероприятий проекта	<p>1 этап «Подготовка» (январь, 2015 – август, 2015):</p> <ul style="list-style-type: none"> • формирование ТЗ на разработку Брендбука; • формирование карты контактов с рекламными группами и СМИ, развитие отношений на долгосрочную перспективу; • апробация формата форума как инструмента PR-деятельности; • анализ возможностей сайта; • обучение сотрудников по составлению информационных материалов (пресс-релизов, статей, анонсов); • подготовка сотрудников по использованию графических, редакторских программ; • разработка макета периодического издания «Достижения и перспективы». <p>2 этап «Разработка» (сентябрь, 2015 – август, 2016):</p> <ul style="list-style-type: none"> • разработка и документирование информационной политики колледжа; • утверждение Руководства по фирменному стилю колледжа; • утверждение регламентирующей документации по разработке программ PR-деятельности и ее реализации (в т.ч. относительно работы с сайтом); • Разработка требований к корпоративной культуре сотрудников колледжа. • Разработка проектно – технической

		<p>документации для выставочного оборудования и подготовки информационных материалов;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Выпуск издания «Достижения и перспективы». <p>3 этап «Реализация» (сентябрь, 2016 – август, 2018):</p> <ul style="list-style-type: none"> • введение в циклограмму деятельности отдела маркетинга мероприятий по разработке программ PR-деятельности и ее реализации в соответствии с регламентирующей документацией; • информирование и обучение персонала по вопросам корпоративной культуры как внутренней составляющей имиджа колледжа; • анализ эффективности программ PR-деятельности.
10.	Кадровое обеспечение	<ul style="list-style-type: none"> • сотрудники отдела маркетинга: заведующая сектором развития партнерства и содействия трудоустройству, заведующая сектором по привлечению абитуриентов; заведующая сектором по связям с общественностью; • руководители 1-го уровня управления; • администратор сайта; • редактор; • графический дизайнер.
11.	Ресурсное обеспечение	<ul style="list-style-type: none"> • выставочное оборудование; • издание информационных материалов; • средства связи: доступ к Интернету, телефонная связь, интерактивное оборудование; • обслуживание сайта.
12.	Перспективы дальнейшего развития проекта	<ul style="list-style-type: none"> • вхождение в медиапроекты города, района и края.

Руководитель проекта: Баженова О.В.