

Программа PR-кампании по празднованию 90-летнего юбилея Новомосковской системы образования

Содержание

- 1) Описание проблемной ситуации, идеи кампании
- 2) Цели и задачи кампании
- 3) Целевые аудитории кампании
- 4) Стратегия и тактика кампании
- 5) Календарный план кампании
- 6) Бюджет кампании
- 7) Критерии оценки результатов кампании

1. Описание проблемной ситуации, идеи кампании

PR-кампания по празднованию 90-летнего юбилея Новомосковской системы образования концептуально должна соответствовать стратегическим целям развития российской системы образования. НП «Образование» в качестве такой цели определяет «обеспечение глобальной конкурентоспособности российской системы образования». Соответственно главным мессенджем, идеей кампании может стать следующая: «Новомосковская система образования – система образования, обладающая высокой конкурентоспособностью и инновационным потенциалом, обеспечивающая индивидуальные потребности и дающие высокие стартовые возможности личности, базирующаяся на лучших традициях российского образования».

Ключевые ценности проекта:

- конкурентоспособность;
- инновационность,
- качество,
- флагманский дух,
- успешность,
- ответ на вызовы времени,
- опора на традиции,
- гуманистичность,
- высокие стартовые возможности,
- технологичность,
- ориентация на потребности.

2. Цели и задачи кампании

Продвижение стратегического образа Новомосковской системы образования с *целью* воздействия на общественное сознание и формирования позитивного мнения относительно её деятельности, реализуемых

образовательных услуг, восприятие её как градообразующей отрасли, флагмана городского развития.

Задачи:

- Создание индивидуального образа Новомосковской системы образования, усиление позиций бренда Новомосковской системы образования в региональной и российской системах образования;
- Увеличение степени информированности целевых аудиторий о деятельности Новомосковской системы образования и доверия к ней;
- Разработка и реализация информационных и инфраструктурных проектов, связанных с Новомосковской системой образования и направленных на развитие города.

3. Целевые аудитории кампании:

- 1) Получатели образовательных услуг;
- 2) Педагогическое сообщество города и региона;
- 3) Представители органов государственной власти и местного самоуправления;
- 4) Интернет-аудитория города и региона.
- 5) Гости и жители города и региона

4. Стратегия и тактика кампании

Для достижения целей и задач PR-кампании основными стратегическими направлениями и тактическими действиями являются следующие:

Наименование направления	Цели/описание	Тактические действия
1. Брендинг	Создание визуального образа кампании, позиционирование Новомосковской системы образования с целью обеспечения коммуникации с целевыми аудиториями.	1.Проведение конкурса брендов. 2. Утверждение выбранных брендов и требований к ним на уровне главы администрации. 3. Определение каналов продвижения бренда.
2. Интернет-кампания	Продвижение стратегического образа кампании в интернет-пространстве, расширение целевых аудиторий с использованием SEO-инструментов	1.Определение и утверждение исполнительной группы 2.Разработка плана интернет-кампании и требований к каждому мероприятию.

3. Кампания в СМИ	Увеличение информированности целевых аудиторий о деятельности Новомосковской системы образования.	1. Разработка и согласование медиаплана с ТРК «Новомосковск» и газетой «Новомосковская правда», ИА «За Новомосковск» и др.
4. EVENT-кампания	Создание благоприятной внутрикорпоративной обстановки, обеспечение развития городской инфраструктурной и информационной среды, связанной с Новомосковской системой образования EVENT-наполнение PR-кампании связано с важнейшими событиями процесса образования и жизни города: - Окончание учебного года; - День города; - День защиты детей; - Начало учебного года; - День учителя.	1. Разработка EVENT-плана. 2. Определение ответственных креативных исполнительных групп-команд по каждому событию проекта.
5. МЕРЧ-кампания	Расширение целевых аудиторий, повышение лояльности внутренней и внешней аудиторий, популяризация бренда.	1. Разработка и изготовление мерч-продукции 2. Организация волонтерства по распространению мерч-продукции

5. Календарный план кампании

Наименование мероприятия	Сроки	Ответственные
1. БРЕНДИНГ		
1.1. Разработка брендбука проекта	Февраль 2021	Руководители творческих групп

1.2. Маркетинговое обеспечение бренда (листовки, билборды, уличная реклама, банеры, фотозоны)	Февраль – октябрь 2021	Руководители творческих групп
2. ИНТЕРНЕТ-КАМПАНИЯ		
2.1. Нативная реклама на сайтах и в соцсетях (размещение картинок, материалов, логотипов о проекте)	Февраль-октябрь 2021	Руководители творческих групп, руководители ОУ
2.2. Интернет-акция «Урок о Новомосковской системе образования»	Март-октябрь 2021	Лаухина Т.С., Королькова Ю.М.
2.3. Интернет-акция «Садик, школа и кружок»	Март – октябрь 2021	Ключкина И.Я.
2.4. Интернет-акция «#Мой_любимый_педагог»	Март-октябрь 2021	Королькова Ю.М., Бочарова Е.Н.
2.5. Интернет-акция «#ЯркиеКраскиДетстваДООнмск»	Апрель-май 2021	Пантюшева И.Н.
2.6. Интернет-акция «Медиа-парад выпускников»	Май-декабрь 2021	Ключкина И.Я.
2.7. Интернет-челлендж «Поздравь Новомосковскую систему образования»	Июнь-июль 2021	Вартанян Н.А.
2.8. Интернет-акция «Дневник педагога»	Июнь-сентябрь 2021	Столповская О.Н.
2.9. Интернет-акция «Мы в галстуках»	Сентябрь 2021	Ключкина И.Я.
2.10. Интернет-проект интерактивной книги «Педагогическое наследие Новомосковской системы образования»	Ноябрь 2021	Королькова Ю.М., Бурцева И.И.
3. КАМПАНИЯ В СМИ		
3.1. Информационные материалы на телеканале ТРК «Новомосковск», в газете «Новомосковская правда» и в других СМИ о мероприятиях проекта	Март – октябрь 2021	Комитет по образованию
3.2. Серия сюжетов на телеканале ТРК «Новомосковск» об образовательных учреждениях (традиции, современность, достижения)	Март – октябрь 2021	Руководители ОУ
3.3. Пресс-конференция председателя комитета по образованию о реализации проекта	Сентябрь 2021	Комитет по образованию
4. EVENT-КАМПАНИЯ		
4.1. Проект «Шаг за Шагом: 9 Шагов навстречу 90-летию»	Февраль – октябрь 2021	Комитет по образованию

4.2. Торжественное открытие года 90-летия Новомосковской системы образования «Нам 90»	1 марта 2021	Комитет по образованию
4.3. Акция «Дерево знаний» (ко Дню города)	Май 2021	Марченко Н. В.
4.4. Креатив-программа «Навигатор счастливого детства»	Сентябрь 2021	Ключкина И.Я.
4.5. Акция «Образование в сердце каждого»	Сентябрь 2021	Вартанян Н.А.
4.6. Проект «Лидеры в образовании»	Март – сентябрь 2021	Ключкина И.Я., руководители ОУ
4.7. Образовательная карусель «Педсовет по обмену»	Апрель-сентябрь 2021	Столповская О.Н.
4.8. Торжественный концерт ко Дню Учителя	1 октября 2021	Комитет по образованию, руководители ОУ
4.9. Презентации книги о Новомосковской системе образования	Октябрь 2021	Комитет по образованию
4.10. Фестиваль творчества педагогов «Шагни за горизонт»	Октябрь 2021	Пантюшева И.Н.
5. МЕРЧ-КАМПАНИЯ		
5.1. Разработка мерча проекта	Март - май 2021	Королькова Ю.М., Николаева С.В.
5.2. Распространение мерча проекта	Апрель-октябрь 2021	Королькова Ю.М., Николаева С.В.

6. Бюджет кампании

Структура источников финансирования:

- бюджет МО г. Новомосковск;
- внебюджетные источники и спонсорские средства.

7. Критерии оценки результатов кампании

1. Увеличение интереса и осведомлённости целевых групп о деятельности Новомосковской системы образования;
2. Рост частоты позитивных упоминаний в СМИ о Новомосковской системе образования;
3. Оживление каналов обратной связи, увеличение положительных откликов в интернет-пространстве о Новомосковской системе образования;

4. Продвижение положительного образа. Сокращение числа получаемых жалоб о работе Новомосковской системы образования;
5. Развитие городской инфраструктуры, связанной с Новомосковской системой образования;
6. Формирование корпоративной культуры и повышение профессиональной квалификации педагогического сообщества.