|  |  |
| --- | --- |
| «А.Байтұрсынов атындағы  Қостанай өңірлік  университеті» КЕАҚ | НАО «Костанайский  региональный университет имени А.Байтурсынова» |
|  |  |
| **АНЫҚТАМА** | **СПРАВКА** |
| ректорат отырысына | на заседание ректората |
| 2 09.02.2021 ж. | 09.02.2021 г. |
| Қостанай қаласы | город Костанай |

***О состоянии работы в социальных сетях и мессенджерах***

В настоящее время социальные сети стал главной площадкой безбарьерного общения людей. Пандемия внесла значительные коррективы в работу университета вместе с тем, усилив значимость социальных сетей.

Социальные сети для нас — это ключ к аудитории и прекрасный инструмент для работы не только со студентами, но и с будущими студентами, но и их родителями.

Выбирая университет, школьники хотят получить не только ОП, современные аудитории и хороших преподавателей, они также ищут место, где будет комфортно, место, которое станет вторым домом.

Через соцсети мы можем делиться информацией об особенностях университета, освещать каждое событие студенческой жизни. Это позволяет поступающим лучше представить жизнь в стенах вуза. Особенно хорошо это работает с родителями, поскольку им нравится видеть, что дети вовлечены в какую-то деятельность.

«Обратная связь». Социальные сети помогают нам отвечать на вопросы студентов, узнавать их мнение по разным темам и реагировать, так что люди понимают, что их услышали. Вместе с тем, внимательность к потребностям студентов означает также доступность специалистов в то время, когда удобно учащимся. Для нашей смм команды обычное дело быть онлайн в 11 вечера и общаться со студентами.

Для этих же целей был создан чат в мессенджере вотсап, куда были включены специалисты всех направлений работы, чат помогает оперативно, а иногда даже проактивно отвечать на вопросы.

Аккаунты университета. В университете есть 5 официальных аккаунтов в социальных сетях и мессенджерах (Facebook, Instagram, Youtube, Telegram, ВКонтакте), и сайт вуза. На всех плтаформах ведется информационное освещение: Youtube-канал используется как хранилище видео, Telegram-чат как платформа для объявлений и анонсов. Только Facebook, Instagram и ВКонтакте используются более активно, так как имеют более широкий спектр функций. Хочу отметить, что мы еженедельно сдаем отчеты в Министерство образования и науки РК об активности именно этих социальных сетей, где учитываются количество постов и активность на аккаунтах вуза и первого руководителя.

Статистика. Так как аккаунты вуза ориентированы на молодежь, подписчиков больше в тех соц.сетях, которым они отдают предпочтение. Активность формируется от количества лайков к постам, комментариев и репостов. Активность также варьируется в зависимости от функционала и характеристик социальных сетей.

Аккаунты первого руководителя. Контингент подписчиков аккаунтов ректора напротив представлен более взрослой категорией (преподаватели, сотрудники, родители студентов, магистранты, докторанты), в связи с чем количество подписчиков и активности больше в Facebook чем Instagram.

Аккаунты институтов. Каждый из институтов вуза имеет свои страницы как в Facebook, так и в Instagram. Хочу отметить, что у институтов разработаны свои логотипы и они размещены на страницах в качестве фотографии профиля. Только у педагогического института до сих пор используется логотип КГПУ. В целом все институты достаточно активны в Instagram, но слабо представлены в Facebook – на некоторых страницах посты не публиковались уже более месяца.

Активность к публикация нужна не только для отчетов в Министерство образования и науки, но для того, чтобы привлечь к нашим новостям более широкую аудиторию. Лайки, комментарии и репосты помогают распространять наш контент, что способствует популяризации бренда вуза, не только среди подписчиков, но и другим пользователям.

Руководитель медиа-службы А.Жаекбаева