

Фактические результаты:

Сформирован целевой имидж университета, осуществлено продвижение бренда университета в социально-образовательном, информационном пространстве страны.

Выполнены задачи проекта:

1. Выявлены приоритетные направления работы по продвижению бренда университета в научно-образовательном пространстве страны.

2. Организованы мероприятия, направленные на продвижение бренда университета:

- размещена реклама университета на порталах для абитуриентов «Учеба.ру» и «Поступи Онлайн»;
- размещена наружная реклама в аэропорту «Симферополь»;
- размещена реклама на трех радиостанциях «Русское радио», «Максимум», «Европа+» в Севастополе, крупнейших городах Крыма и Краснодарского края, также в Ставрополе, Екатеринбурге, Ростове-на-дону.

3. Сформирован качественный бренд университета в интернете.

Были достигнуты планируемые показатели эффективности:

- количество мероприятий по продвижению бренда увеличилось до 4 единиц,
- общий процент от всех поступивших в университет абитуриентов из других регионов РФ составил 62%.