

Звіт про діяльність Медіацентру імені Ракоці у 2025 році

2025 рік став для Медіацентру Ракоці періодом активного розвитку, посилення стратегічних комунікацій та оновлення установи, що має важливе історичне значення. Першочерговим завданням нашої роботи протягом року було зміцнення іміджу закладу, підтримка проведення інформаційної кампанії з метою підвищення кількості абітурієнтів, а також оперативне та професійне висвітлення подій університетського життя.

Вступна кампанія та стратегія комунікації

Початок 2025 року ознаменувався інтенсивною та продуманою рекламною кампанією з метою підвищення популярності закладу серед абітурієнтів. Уже в січні стартувала робота над створенням інформаційних білбордів, які згодом були розміщені в усіх районах Закарпаття, що суттєво підвищило впізнаваність установи серед мешканців області. Також проводилася активна робота над оновленням візуальних матеріалів кампанії: виготовлено інформаційні плакати та видано детальний інформаційний буклет про умови вступу до університету.

У рамках тісної співпраці зі Студентським самоврядуванням ми розпочали молодіжну, динамічну відеокампанію. Упродовж усієї вступної кампанії підвищували обізнаність цільової аудиторії про навчальні програми завдяки коротким інформативним відеороликам, розміщеним у соціальних мережах. З приємністю відзначаємо, що після завершення цього річної вступної кампанії наш заклад отримав рекордну кількість заяв. Сподіваємося, що докладені зусилля у сфері комунікації з громадськістю стали одним із ключових чинників досягнення цього вагомого результату.

Підготовка матеріалів про події та представлення діяльності закладу на серії програм «УАН200»

Ще одним важливим завданням стало забезпечення візуального та технічного супроводу участі навчального закладу в серії заходів, присвячених 200-річчю від заснування Угорської академії наук (УАН). Медіацентр підготував нові репрезентативні рекламні матеріали (рол-апи) для кафедр та структурних підрозділів університету, а також створив цифрові матеріали з QR-кодами, короткометражні фільми та фотодокументацію, які були розміщені на окремій вебсторінці. У травні наша команда працювала безпосередньо на місці подій у Будапешті та вела репортажі про серію заходів «УАН200», яка тривала кілька днів.

Впродовж року ми надавали оперативну інформацію про всі важливі події, що відбувалися в навчальному закладі: церемонії відкриття навчального року, вручення дипломів, конференції, візити відомих гостей тощо. Керуючись принципом «швидкої новини», ми прагнули, щоб оброблені світлини та репортажі якомога швидше з'являлися на нашому вебсайті та в стрічці новин на Facebook.

Створення контенту та їх показники

У плані створення контенту рік видався плідним:

- **Матеріали:** протягом року на нашому вебсайті загалом з'явилося **1 528** нових публікацій (780 угорською, 659 українською та 89 англійською мовами), що забезпечило багатомовне висвітлення подій.
- **Фотоматеріали:** ми поповнили галереї нашої сторінки у Facebook понад **3 700** високоякісними фотографіями з різних заходів.
- **Відеоматеріали:** створено понад **105** відеоматеріалів, серед яких рекламні ролики для підвищення іміджу закладу, промо-відео, інтерв'ю, записи виступів та репортажі. Особливу увагу заслуговує серія відеороликів, знятих на замовлення благодійного фонду «ГЕНІУС» за участю учасників ЗНСК.
- **Графічні матеріали:** розроблено та виготовлено понад **150** унікальних графічних матеріалів – плакатів, запрошень, брошур із програмою заходів, публікацій у соціальних мережах та рол-апів.

Історичний етап у житті нашого закладу: від інституту — до університету

Восени наш заклад здійснив історичний крок: процес набуття статусу університету успішно завершився. Медіацентр імені Ракоці відіграв ключову роль у ребрендингу, зумовленому набуттям нового статусу. Команда повністю оновила елементи візуального стилю установи, завантажила на сервер новий дизайн листів, презентацій та візитних карток. Паралельно було проведено зміну домену сайту, що забезпечило єдність візуального стилю та бренду на всіх цифрових платформах.

Онлайн-присутність і діяльність у соціальних мережах

Популярність наших сторінок на популярних онлайн-платформах у порівнянні з 2024 роком значно зросла, що свідчить про ефективність нашої контент-стратегії:

- **Facebook:** 12 000+ підписників.
- **TikTok:** 2700 підписників.
- **Instagram:** 1136 підписників.
- **YouTube:** 741 підписників.

Оновлення технічної бази

З метою підвищення якості роботи ми продовжили модернізацію нашого обладнання. Придбано високопродуктивний ноутбук, який суттєво пришвидшує монтаж відео та постобробку, роблячи ці процеси більш ефективними. Крім того, за підтримки Центру професійно-технічної освіти імені Еде Егана наш фонд технічного обладнання поповнився професійними фотоапаратами, ще одним ноутбуком та фотоаксесуарами, завдяки чому технічні можливості медіацентру стали ще ширшими.

Плани на майбутнє та визначення ключових завдань

Плани на 2026 рік є досить амбітними. Однією з ключових стратегічних цілей є створення та запуск повної англomовної версії вебсайту університету для підвищення його пізнаваності на міжнародній арені. Крім того, задля подальшого підвищення якості контенту ми плануємо продовжувати оновлювати та модернізувати наше технічне оснащення, зокрема студійне обладнання та мобільні пристрої для створення контенту.

Підсумок

У 2025 році Медіацентр імені Ракоці своїми результатами вкотре довів, що як рушійна сила у сфері зв'язків з громадськістю здатний виконувати покладені на нього завдання швидко, точно й якісно – будь-то інформування громадськості про події університету, проведення масштабних кампаній або супровід історично значущих інституційних змін. Медіацентр імені Ракоці не лише стежить за змінами, а й активно формує імідж університету та його репутацію в суспільному просторі.

Янош Ганчош,
директор Медіацентру імені Ракоці