



МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ імені П.Л. ШУПИКА

Постійна комісія вченої ради НУОЗ України імені П. Л. Шупика
з міжнародного співробітництва
18 січня 2024 року

Комунікаційна складова під час реалізації вступної кампанії 2024 р.

Ольга Процюк
декан медичного факультету професор



Комунікація – це процес обміну думками, ідеями, фактами з важливими для досягнення вашої мети групами людей або особами

Мета комунікації — досягти взаєморозуміння та отримати довіру

Сучасний інформаційний простір характеризується:

- високою швидкістю подій,
- можливістю віртуальної присутності будь-де,
- тим, що емоції та враження перемагають інформативність.

Успішні комунікатори сьогодні:

- наполегливі та послідовні у донесенні своїх думок, ідей та фактів;
- точна навігація для аудиторії;
- багаторазовий повтор повідомлення через різні формати - інтерв'ю, події, фото, інфографіку тощо;
- знають, що турбує та цікавить цільові аудиторії;
- забезпечують простоту і доступність повідомлень (фото, відео, унікальні історії);
- максимально наближені до цільових аудиторій.

Етапи результативної комунікації:

- визначення цільової аудиторії;
- розробка для неї повідомлення;
- подача повідомлення через найкращий для цієї цільової аудиторії канал комунікації (ЗМІ, соцмережі, вайбер-групи тощо);
- обрання найкращого комунікаційного формату для каналу повідомлення;
- зворотний зв'язок.

Цільова аудиторія вступної кампанії НУОЗ України імені П.Л. Шупика:

- потенційні здобувачі вищої освіти: школярі, студенти коледжів, батьки здобувачів, роботодавці (?);
- майбутні здобувачі другої вищої освіти: освітяни, працівники громадського здоров'я, фармацевтичної галузі....
- потенційні лікарі-інтерни: студенти медичних ЗВО, роботодавці (обласні департаменти охорони здоров'я, головні лікарі);
- майбутні слухачі циклів спеціалізації, тематичного удосконалення та інших форм БПР: лікарі, роботодавці (обласні департаменти охорони здоров'я, головні лікарі).

Магістратура в НУОЗ України імені П. Л. Шупика

№	Шифр, назва ОПП	Ліцензований обсяг	Тривалість навчання
1	221 Стоматологія	80 осіб	300 кредитів ЄКТС (4 роки 10 міс.)
2	222 Медицина	70 осіб (планується)	360 кредитів ЄКТС (5 років 10 міс.)
3	224 Технології медичної діагностики та лікування	50 осіб	90 кредитів ЄКТС (1 рік 6 міс.)
4	225 Медична психологія	30 осіб	360 кредитів ЄКТС (5 років 10 міс.)
5	226 Фармація та промислова фармація	30 осіб	300 кредитів ЄКТС (5 років 4 міс.)
6	227 Терапія та реабілітація 227.1 Фізична терапія	70 осіб	120 кредитів ЄКТС (1 рік 10 міс.)
7	228 Педіатрія	30 осіб (планується)	360 кредитів ЄКТС (5 років 10 міс.)
8	053 Психологія 281 Публічне управління та адміністрування 231 Соціальна робота 229 Громадське здоров'я	200 осіб	90 кредитів ЄКТС (1 рік 4 міс.)

Інтернатура, спеціалізація та БПР в НУОЗ України імені П. Л. Шупика:

- підготовка лікарів-інтернів за 22 спеціальностями;
- навчання на циклах спеціалізації за 110 спеціальностями;
- авторські цикли тематичного удосконалення, інших форм БПР.

Канали комунікації:

- прес-релізи (про перебіг вступної кампанії, про попередні результати реєстрації та подання заяв, про ТОП-спеціальності та ТОП-університети);
- роздатковий матеріал про освітні програми, унікальність закладу (листівки, проспекти);
- інфографіка, яка поширюється не тільки через сайт НУОЗ, але й через соціальні мережі, в тому числі, персональні сторінки лідерів закладу\вступної кампанії та спеціалістів, які працюють на «гарячих лініях»;
- інструкції (як зареєструватись, як подавати документи, як завантажити скановані файли тощо);
- відео-ролики на тему вступу здобувачів вищої освіти з-поміж ВПО, тимчасово окупованих територій;
- гарячі консультаційні телефонні лінії та особистий прийом громадян;
- «День відкритих дверей» університету (запланований на останню суботу квітня);
- відео-ролики, які презентують кафедри, гуртожитки, тощо;
- налаштування зворотного зв'язку через поштову скриньку, анкетування, тощо.

Формування контингенту здобувачів освіти: завдання для закладу

- 1) вивчення ринку праці та визначення потреби у підготовці здобувачів вищої освіти на ринках вищої освіти за спеціальностями, які викладаються на кафедрах факультету, у співпраці з відділом якості та відділом комунікацій та маркетингу;
- 2) формування пропозицій щодо нових видів освітньої діяльності;
- 3) проведення агітаційної та профорієнтаційної роботи, розвитку стратегічного партнерства кафедр із загальноосвітніми закладами, лікувальними закладами та НПП з інших ЗВО;
- 4) забезпечення розширення зв'язків з громадськістю через засоби масової інформації, проведенні відкритих заходів та рекламної діяльності кафедр факультету, участі у виставкових заходах у співпраці з відділом комунікацій та маркетингу;
- 5) розвиток стратегічного партнерства з профільними факультетами, кафедрами інших ЗВО в Україні та закордоном;
- 6) залучення Ради роботодавців, Студентської ради та Ради молодих вчених, випускників до формування пропозицій щодо нових видів освітньої діяльності; проведення агітаційної та профорієнтаційної роботи, розвитку стратегічного партнерства.

Місія вищої освіти -
забезпечення сталого
інноваційного розвитку
України через підготовку
висококваліфікованих
фахівців, створення та
поширення знань,
формування
інтелектуального,
соціального та духовного
капіталу суспільства,
готового до викликів
майбутнього.

Візія вищої освіти України
- конкурентоспроможна
система різноманітних
закладів вищої освіти, яка
завдяки співпраці з
науковими установами та
підприємницьким сектором
формує фаховий та науково-
освітній потенціал нації на
засадах безперервного
професійного й
особистісного розвитку,
орієнтована на найвищі
досягнення та практики,
інтегрована у світовий
освітній та дослідницький
простір.

**Комунікаційна складова
під час реалізації вступної кампанії 2024 р.**

Дякую за увагу!