

## ПОСТАНОВА

Вченої ради Тернопільського національного педагогічного університету  
імені Володимира Гнатюка  
від 25 березня 2025 р.

### ***«Про інформаційно-іміджеву діяльність університету та профорієнтаційну роботу факультетів у контексті підготовки до вступної кампанії 2025 року»***

Заслухавши та обговоривши доповідь проректора з навчально-методичної роботи Ігоря Гевка, вчена рада університету відзначає, що інформаційно-іміджева діяльність та профорієнтаційна робота реалізуються з урахуванням сучасних вимог часу. Ключовим джерелом інформації про університет, його головною візитівкою є офіційний сайт ТНПУ <https://tnpu.edu.ua/>, на якому представлена актуальна інформація про структуру університету, основні напрямки діяльності та новини з життя університетської спільноти (від початку навчального року опубліковано 730 новин). Розділ «Публічна інформація» складається з 30 розділів і повністю відповідає всім вимогам чинного законодавства щодо публічності та прозорості в адмініструванні ЗВО та реалізації освітнього процесу. Щоденна відвідуваність офіційного сайту становить 800–950 осіб.

Прозорість в організації освітнього процесу забезпечує інформаційний портал ТНПУ <https://info.elr.tnpu.edu.ua/>, де розміщується детальна інформація для здобувачів та викладачів університету: від розкладу занять до графіку семестрового контролю та державної атестації. Сучасні реалії воєнного часу актуалізують удосконалення технологій дистанційного навчання – у цій сфері ТНПУ має потужні напрацювання, адже сервер електронних курсів ТНПУ <https://elr.tnpu.edu.ua/> працює не одне десятиліття. Зараз на сервері – 3675 курсів. Важливе місце в інформаційно-іміджевій політиці належить ресурсам наукової бібліотеки ТНПУ, які надають можливість працювати з віртуальними каталогами, навчально-методичними та науковими публікаціями працівників університету.

Найбільш динамічними джерелами інформації про університетську спільноту є офіційні сторінки ТНПУ в соціальних мережах «Фейсбук» та «Інстаграм». Сторінка ТНПУ у фейсбуці має 18 639 підписників. Крім інформації про життя університету, тут публікуються актуальні матеріали для науково-педагогічних працівників та студентської молоді, доступний систематизований фотоархів 2013–2025 рр. Офіційна сторінка ТНПУ в інстаграмі (tnpu.official) налічує 7275 підписників, щоденно кількість переглядів розповідей та reels становить 9000–10000. Важливе місце у розвитку корпоративного іміджу в інформаційному просторі належить також сторінкам структурних підрозділів, факультетів та кафедр. У контексті популяризації університету серед майбутніх вступників та успішного проведення вступної кампанії важливе місце належить сторінкам приймальної комісії ТНПУ – саме на цих ресурсах систематично презентуються новації вступної кампанії, різноманітні роз'яснення та поради для вступників у графічному та відеоформатах.

Ключовим джерелом реалізації інформаційно-іміджевої політики університету є брендування – формування ідентифікації (впізнаваності) університету та візуалізації його символіки. У цьому році проведено виготовлення рекламної продукції з символікою ТНПУ: буклети, ручки, папки, чашки, шопери, світшоти, футболки тощо.

Не менш актуальним є виготовлення якісних інформаційних та профорієнтаційних відеороликів про університет, факультети й освітні програми. Відповідні матеріали систематично публікуються на офіційному ютуб-каналі ТНПУ (@TNPUUniversity), кількість підписників якого становить 1740 осіб.

Окрім власних ресурсів, важливе місце в реалізації інформаційно-іміджевої політики належить співпраці з масмедіа. У цьому контексті актуальним інструментом просування бренду ТНПУ в інформаційному просторі є виступи науково-педагогічних працівників у ролі експертів на радіо-, телепередачах, дискусійних форумах та подкастах.

Головною метою інформаційно-іміджевої політики університету є збільшення якісних та кількісних показників набору здобувачів вищої освіти та покращення професійної орієнтації молоді.

У цьому контексті профорієнтаційна робота в університеті реалізується відповідно до викликів часу, динаміки ринку надання освітніх послуг і праці. Ключовою ідеєю, на якій базується профорієнтаційна робота в ТНПУ, є популяризація переваг здобуття вищої освіти в нашому університеті у формі «ТОП-10 причин, чому варто обирати ТНПУ», яка, власне, обґрунтовує якість надання освітніх послуг і рівень конкурентоздатності випускника ТНПУ на ринку праці.

Відповідно до розподілу обов'язків між членами приймальної комісії здійснення профорієнтаційної роботи покладено на деканів факультету, однак успішні результати цього напрямку роботи залежать від злагодженої діяльності усіх структурних підрозділів та усіх НПП.

Протягом поточного навчального року факультетами та кафедрами організовувались та проводились традиційні профорієнтаційні заходи як в університеті, так і з виїздом у заклади загальної середньої та фахової передвищої освіти (заняття з учнями-членами МАНУ, заочної природничої школи, Всеукраїнський конкурс творчих робіт «Математика – мистецтво» тощо).

Актуальними складовими профорієнтаційної роботи університету є проведення освітньо-наукових, навчально-методичних форумів, конференцій, конкурсів, олімпіад, змагань, виставок, культурно-масових і науково-мистецьких подій різного рівня, що дає можливість учасникам ознайомитись з ресурсами ТНПУ та слугують інформаційними приводами для масмедіа.

Важлива роль у здійсненні профорієнтаційної роботи належить центру доуніверситетської підготовки. Профорієнтаційні заходи центру спільно з факультетами було проведено у (32) ЗЗСО м. Тернополя, (37) ЗЗСО Тернопільської області; (8) ЗЗСО інших областей. У центрі навчається 60 слухачів, які готуються до складання НМТ. Також здійснюється підготовка здобувачів до Єдиного вступного іспиту – 32 здобувачі. Налагоджена комунікація з учнівською молоддю, батьками, випускниками, вчителями, у тому

числі завдяки платформам центру доуніверситетської підготовки у соціальних мережах «Фейсбук» та «Інстаграм».

Не менш актуальним аспектом профорієнтаційної роботи є діяльність Центру післядипломної освіти, який забезпечує підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників за 213 освітніми програмами. З січня 2025 р. курси підвищення кваліфікації пройшли 563 слухачі. Проходження курсів підвищення кваліфікації дозволяє презентувати ТНПУ для осіб, які уже мають вищу освіту, але для них актуальним є здобуття ще однієї в рамках перехресного вступу в магістратуру.

Попри активну інформаційно-іміджеву політику та профорієнтаційну роботу, варто зацентувати увагу на необхідності вирішення таких питань:

- офіційний сайт ТНПУ функціонує на базі застарілої системи керування вмістом, що значно ускладнює індексацію інформаційних сторінок університету в мережі, негативно відображається на рейтингових позиціях університету в системі Webometrics та призводить до невисокого рівня юзабіліті ресурсів ТНПУ. У цьому контексті вже укладено угоду про розроблення нової версії сайту, початок роботи якої заплановано до кінця поточного навчального року;

- у більшості факультетів відсутні офіційні сайти або вони оновлюються несистематично і потребують актуалізації;

- нагальною є потреба у розробленні мобільного застосунку здобувача ТНПУ, який забезпечив би доступ до актуальної інформації (електронні курси, індивідуальний навчальний план, графіки модульних і семестрових контролів).

- у соціальних мережах функціонує багато сторінок-клонів факультетів, кафедр без прив'язки до офіційних сторінок університету та актуальної інформації, що в цілому негативно позначається на присутності університету в інформаційному просторі;

- в університеті відсутня єдина концепція реалізації інформаційно-іміджевої політики, що інколи призводить до несистематичності та висвітлення неактуальної інформації або інформації без офіційного підтвердження;

- у більшості факультетів/кафедр відсутні актуальні проморолики та інформаційні буклети про освітні програми та переваги здобуття вищої освіти за ними;

- форми організації та реалізації профорієнтаційної роботи є традиційними та здебільшого застарілими, які не завжди враховують сучасні реалії та потреби молодих людей.

З огляду на зазначене вище, вчена рада постановляє:

Реалізацію інформаційно-іміджевої діяльності університету та профорієнтаційну роботу факультетів у контексті підготовки до вступної кампанії 2025 року вважати задовільною.

### **1. Ректорату:**

Розглянути можливість збільшення фінансування інформаційно-іміджевої діяльності університету та профорієнтаційної роботи факультетів.

*До травня 2025 р.*

### **2. Інформаційно-обчислювальному центру:**

Забезпечити перехід офіційного сайту на нову версію.

*До кінця 2025 р.*

**3. Інформаційно-обчислювальному центру спільно з навчально-науковим центром організації освітнього процесу, кафедрою інформатики та методики її навчання, кафедрою комп'ютерних технологій:**

Розробити застосунок здобувача ТНПУ.

*До вересня 2025 р.*

**4. Деканам факультетів:**

4.1. Застосовувати нові форми профорієнтаційної роботи, забезпечити проведення профорієнтаційних конкурсів, олімпіад, змагань тощо;

*Постійно*

4.2. Актуалізувати функціонування офіційних сайтів факультетів;

*Постійно*

4.3. Забезпечити верифікацію офіційних сторінок факультетів та кафедр у соціальних мережах;

*До травня 2025 р.*

4.4. Організувати оновлення інформаційних матеріалів про факультети, освітні програми, які реалізуються (буклети, проморолики тощо).

*До квітня 2025 р.*

**5. Завідувачам кафедр:**

5.1. Забезпечувати актуальність інформації про кафедри та науково-педагогічних працівників на офіційному сайті університету;

*Постійно*

5.2. Здійснити моніторинг профілів науково-педагогічних працівників у системах Google Scholar, ORCID, Web of Science, Scopus з метою забезпечення актуальності даних.

*До травня 2025 р.*

5.3. Активізувати участь науково-педагогічних працівників у ролі експертів на радіо-, телепередачах, форумах та подкастах.

*Постійно*

**6. Приймальній комісії:**

6.1. Провести серію вебінарів щодо особливостей цього річної вступної кампанії.

*До червня 2025 р.*

6.2. Розробити інфографіки та дорожні карти для вступників відповідно до Правил прийому на навчання для здобуття вищої освіти в ТНПУ у 2025 р.

*До травня 2025 р.*

6.3. Розглянути можливість збільшення каналів комунікації гарячої інформаційно-консультаційної лінії приймальної комісії.

*До травня 2025 р.*

**7. Навчально-науковому центру організації освітнього процесу:**

7.1. Посилити контроль за актуальністю інформації на інформаційному порталі ТНПУ.

*Постійно*

**8. Відділу у справах молоді:**

8.1. Розробити концепцію реалізації інформаційно-іміджевої політики університету;

*До травня 2025 р.*

8.2. Забезпечити оновлення актуальної інформації на офіційному сайті ТНПУ за поданням керівників структурних підрозділів, деканів, завідувачів кафедр тощо.

*Постійно*

**9. Навчально-науковому центру міжнародної освіти та співробітництва:**

9.1. Удосконалити англomовну версію офіційного сайту ТНПУ;

*До травня 2025 р.*

9.2. Підготувати інформаційні матеріали про університет з метою залучення іноземних студентів.

*До квітня 2025 р.*

Контроль за виконання даної постанови покласти на першого проректора Надію ДРОБИК.