

Қазақстан Республикасы
Мәдениет және ақпарат
министрлігі
«Құрманғазы атындағы Қазақ
ұлттық консерваториясы» РММ



РГУ «Казахская национальная
консерватория имени
Курмангазы»
Министерства культуры и
информации Республики Казахстан

ЕСЕП

ОТЧЕТ

24.06.2025

дата

Алматы к.

№ ПД-03-2025

г. Алматы

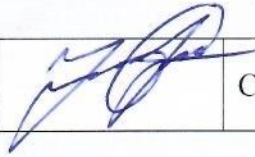
УТВЕРЖДАЮ

Руководитель аппарата ректора
РГУ «Казахская национальная
консерватория имени Курмангазы»
Министерства культуры и
информации Республики Казахстан
Сиротин В.В.
«24» июня 2025 года



ОТЧЕТ

ОТДЕЛА ПО ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКЕ И МАРКЕТИНГУ
ЗА ВТОРОЕ ПОЛУГОДИЕ 2024-2025 УЧЕБНОГО ГОДА

Подготовил:			
Руководитель отдела по информационной политике и маркетингу		Сафиева Ж.А.	
Согласовано:			
Руководитель проектного офиса менеджмента качества, внутреннего аудита и стратегического планирования		Сарымсакова А.С.	
Compliance officer		Джагупарова Г.М.	
Должность	Подпись	Ф.И.О	Дата

1. Общие сведения

Отдел по информационной политике и маркетингу Казахской национальной консерватории имени Курмангазы обеспечивает эффективное позиционирование Консерватории как ведущего центра музыкального образования и культуры в Казахстане, способствует формированию положительного имиджа, развитию общественного интереса к её деятельности.

2. Анализ проведенных работ

Согласно утвержденному плану отдел по информационной политике и маркетингу реализовал 11 ключевых направлений, связанных с непрерывной информационной деятельностью консерватории.

Список мероприятий с января по июнь 2025 года:

№	Наименование мероприятия/деятельности	Ответственное лицо	Сроки выполнения	Описание результата / Отметка о выполнении
1	Обеспечена непрерывная работа сайта консерватории – conservatoire.edu.kz	Руководитель и сотрудники отдела	05.01.2025-20.06.2025	Результаты работы сайта консерватории https://www.conservatoire.edu.kz/ru/
2	Контроль за непрерывной работой официальной электронной почты консерватории (info@conservatoire.kz)	Руководитель и сотрудники отдела	05.01.2025-20.06.2025	Результаты работы официальной электронной почты
3	На сайте консерватории опубликовано более 1350 необходимых документов (положения, учебные программы, приказы, расписание занятий, расписание экзаменов, афиши и др.)	Сотрудники отдела	05.01.2025-20.06.2025	Результаты работы сайта консерватории https://www.conservatoire.edu.kz/ru/
4	Обработано и создано 189 новостных публикаций о мероприятиях, организованных консерваторией в разделе «Новости» на сайте консерватории (русская и казахская версия)	Руководитель и сотрудники отдела	05.01.2025-20.06.2025	Раздел «Новости» на сайте консерватории https://www.conservatoire.edu.kz/ru/news/
5	Создано и опубликовано 400 единиц контента на	Руководитель и сотрудники отдела	05.01.2025-20.06.2025	Результаты работы социальных

Отчет	Отчет отдела по информационной политике и маркетингу за второе полугодие 2024-2025 учебного года
Казахская национальная консерватория имени Курмангазы	
Стр. 2 из 4	

	страницах социальных сетей вуза, включая фото и видео			сетей консерватории https://www.facebook.com/kazakh.national.conservatory/ https://www.instagram.com/kazakh.conservatory/
6	Подготовлены тексты писем разных направлений	Руководитель отдела	05.01.2025-20.06.2025	Выполнено
7	Осуществлены переводы различных направлений – более 100 текстов писем, отчетов, публикаций, положений, образовательных программ и т.д.	Переводчик отдела	05.01.2025-20.06.2025	Выполнено
8	Осуществлена фото и видеосъемка важных мероприятий, проводимых в Консерватории	Сотрудники отдела	05.01.2025-20.06.2025	Фото и видео контент в архиве консерватории
9	Проведена работа со СМИ, налажены контакты с государственными изданиями	Руководитель отдела	05.01.2025-20.06.2025	Выполнено
10	Проведена работа по оптимизации сайта консерватории в соответствии с актуальными данными	Руководитель и сотрудники отдела	05.01.2025-20.06.2025	Результаты работы сайта консерватории https://www.conservatoire.edu.kz/ru/
11	Опубликовано 30 материалов о мероприятиях консерватории в СМИ	Руководитель отдела	05.01.2025-20.06.2025	https://www.conservatoire.edu.kz/ru/smi/

3. Заключение

Во втором полугодии 2024–2025 учебного года отдел по информационной политике и маркетингу Казахской национальной консерватории имени Курмангазы продемонстрировал устойчивую и системную работу по всем ключевым направлениям своей деятельности. Были обеспечены стабильная работа официального сайта и электронной почты, значительное обновление и наполнение онлайн-платформ, активное информационное сопровождение мероприятий вуза в социальных сетях, а также эффективное взаимодействие со средствами массовой информации.

Особо стоит отметить рост медиаприсутствия консерватории: за отчетный период опубликовано 400 единиц контента в социальных сетях и 30 публикаций в СМИ. Это способствует укреплению положительного имиджа

учреждения и повышению интереса к его деятельности как со стороны профессионального сообщества, так и широкой общественности.

В целом, деятельность отдела в отчетный период отличалась интенсивностью, качественным выполнением задач и ориентацией на современные инструменты коммуникации. При этом сохраняется потенциал для дальнейшего улучшения стратегического позиционирования консерватории на медиаплатформах и в информационном пространстве страны.

SWOT-анализ

Сильные стороны (Strengths)	Слабые стороны (Weaknesses)
• Высокая производительность: 189 новостей, 400+ единиц контента, 30 публикаций в СМИ • Многоязычное сопровождение (рус/каз) • Налаженные связи со СМИ и государственными изданиями • Эффективная работа сайта и социальных сетей	• Ограниченные кадровые ресурсы при большом объеме задач • Неравномерное внимание к продвижению отдельных направлений (например, научной деятельности) • Ограниченное использование инструментов таргетинга и аналитики в SMM
Возможности (Opportunities)	Угрозы (Threats)
• Расширение взаимодействия с новыми медиаплатформами (Telegram, YouTube Shorts и др.) • Проведение имиджевых кампаний с привлечением студентов и выпускников • Создание англоязычного контента для международной аудитории • Повышение квалификации сотрудников в области digital-маркетинга	• Конкуренция в информационном пространстве с другими вузами и культурными институтами • Риски негативной информационной реакции в случае отсутствия быстрого реагирования • Технические сбои и устаревание цифровой инфраструктуры