

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 қ.

№ КЖО-03-2025

г. Алматы

БЕКІТЕМН

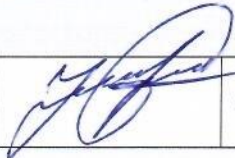
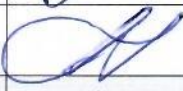
Қазақстан Республикасы Мәдениет
және ақпарат министрлігі

«Құрманғазы атындағы Қазақ
ұлттық консерваториясы» РММ
ректор аппаратының басшысы

Сиротин В.В.

«24» маусым 2025 жыл

АҚПАРАТТЫҚ САЯСАТ ЖӘНЕ МАРКЕТИНГ БӨЛІМІНІҢ
2024-2025 ОҚУ ЖЫЛЫНДАҒЫ ЕКІНШІ ЖАРТЫЖЫЛДЫҚ
ЕСЕБІ

Дайындаған:			
Ақпараттық саясат және маркетинг бөлімінің жетекшісі		Сафиева Ж.А.	
Келісілді:			
Сапа менеджменті, ішкі аудит және стратегиялық жоспарлау жобалық кеңсенің жетекшісі		Сарымсакова А.С.	
Compliance officer		Джагупарова Г.М.	
Лауазымы	Қолы	А.Ә.Т.	Күні

1. Жалпы деректер

Құрманғазы атындағы Қазақ ұлттық консерваториясының ақпараттық саясат және маркетинг бөлімі Консерваторияны Қазақстандағы музыкалық білім мен мәдениеттің жетекші орталығы ретінде тиімді танытуын қамтамасыз етеді, оң имиджін қалыптастыруға, оның қызметіне деген қоғамдық қызығушылықты дамытуға ықпал етеді.

2. Атқарылған жұмыстардың талдауы

Бекітілген жоспарға сәйкес, ақпараттық саясат және маркетинг бөлімі консерваторияның үздіксіз ақпараттық қызметіне байланысты 11 негізгі бағытты іске асырды.

2025 жылдың қаңтарынан маусымына дейінгі өткізілген іс-шарала тізімі:

№	Іс-шара/қызметтің атауы	Жауапты тұлға	Орындау мерзімдері	Нәтижелер сипаты / Орындалғаны туралы белгі
1	conservatoire.edu.kz Консерватория сайтының үздіксіз жұмысы қамтамасыз етілді.	Бөлім басшысы және мамандары	05.01.2025-20.06.2025	Консерватория сайты жұмысының нәтижелері https://www.conservatoire.edu.kz/ru/
2	Консерваторияның ресми электрондық поштасының (info@conservatoire.kz) үздіксіз жұмысына бақылау жүргізілді.	Бөлім басшысы және мамандары	05.01.2025-20.06.2025	Ресми электрондық поштаның жұмысының нәтижелері
3	Консерваторияның сайтында 1350-ден астам қажетті құжаттар (ережелер, оқу бағдарламалары, бұйрықтар, сабақ кестесі, емтихан кестесі, афишалар және т.б.) жарияланды.	Бөлім мамандары	05.01.2025-20.06.2025	Консерватория сайты жұмысының нәтижелері https://www.conservatoire.edu.kz/ru/
4	Консерватория ұйымдастырған іс-шаралар туралы 189 ақпараттық материалдар өңделіп, консерваторияның сайтындағы «Жаңалықтар» бөлімінде (орыс және қазақ тілдерінде) жарияланды.	Бөлім басшысы және мамандары	05.01.2025-20.06.2025	Консерватория сайтындағы «Жаңалықтар» бөлімі https://www.conservatoire.edu.kz/ru/news/
5	Жоғары оқу орнының әлеуметтік желілеріндегі парақшаларға 400-ден астам	Бөлім басшысы және мамандары	05.01.2025-20.06.2025	Консерваторияның әлеуметтік желілеріндегі

Есеп	Ақпараттық саясат және маркетинг бөлімінің 2024-2025 оқу жылындағы екінші жартыжылдық Есебі
Құрманғазы атындағы Қазақ ұлттық консерваториясы	
4 беттің 2 беті	

	фото және видео контент жасалып, жарияланды.			жұмыстардың нәтижелері https://www.facebook.com/kazakh.national.conservatory/ https://www.instagram.com/kazakh.conservatory/
6	Түрлі бағыттағы хаттардың мәтіндері әзірленді	Бөлім басшысы	05.01.2025-20.06.2025	Орындалды
7	Әртүрлі бағыттар бойынша – 100-ден астам хаттар, есептер, жарияланымдар, ережелер, оқу бағдарламалары және т.б. мәтіндердің аудармалары жүзеге асырылды.	Бөлім аудармашысы	05.01.2025-20.06.2025	Орындалды
8	Консерваторияда өткізілген маңызды іс-шаралардың фото және видеотүсірілімі жүзеге асырылды.	Бөлім мамандары	05.01.2025-20.06.2025	Фото және видео контент консерватория мұрағатында
9	БАҚ-пен жұмыс жүргізілді, мемлекеттік басылымдармен байланыс орнатылды.	Бөлім басшысы	05.01.2025-20.06.2025	Орындалды
10	Консерваторияның сайты қазіргі талаптарға сәйкес оңтайландырылды.	Бөлім басшысы және мамандары	05.01.2025-20.06.2025	Консерватория сайты жұмысының нәтижелері https://www.conservatoire.edu.kz/ru/
11	Консерваторияның іс-шаралары туралы БАҚ-та 30 материал жарияланды.	Бөлім басшысы	05.01.2025-20.06.2025	https://www.conservatoire.edu.kz/ru/smi/

3. Қорытынды

2024–2025 оқу жылының екінші жартыжылдығында Құрманғазы атындағы Қазақ ұлттық консерваториясының ақпараттық саясат және маркетинг бөлімі өз қызметінің барлық негізгі бағыттары бойынша тұрақты әрі жүйелі жұмыс көрсетті. Ресми сайт пен электрондық поштаның тұрақты жұмысы қамтамасыз етілді, онлайн платформалар айтарлықтай жаңартылып, мазмұнымен толықтырылды, жоғары оқу орнының іс-шаралары әлеуметтік желілерде белсенді түрде ақпараттандырылды, сондай-ақ бұқаралық ақпарат құралдарымен тиімді өзара әрекет орнатылды.

Арнайы атап өту керек, консерваторияның медиақатынасы айтарлықтай өсті: есепті кезеңде әлеуметтік желілерде 400 бірлік контент және бұқаралық

Есеп	Ақпараттық саясат және маркетинг бөлімінің 2024-2025 оқу жылындағы екінші жартыжылдық Есебі		
Құрманғазы атындағы Қазақ ұлттық консерваториясы			4 беттің 3 беті

ақпарат құралдарында 30 материал шықты. Бұл мекеменің оң имиджін нығайтуға және оның қызметіне кәсіби қауымдастық пен кең қоғамдық қоғамдастық тарапынан қызығушылықты арттыруға ықпал етеді.

Жалпы, бөлімнің қызметі есепті кезеңде белсенділікпен, сапалы тапсырмаларды орындаумен және қазіргі заманғы коммуникация құралдарына бағытталумен ерекшеленді. Сонымен бірге, консерваторияның медиаплатформалар мен елдің ақпараттық кеңістігінде стратегиялық позициясын одан әрі жақсарту үшін әлеует сақталуда.

SWOT-талдау

Күшті жақтары (Strengths)	Әлсіз жақтары (Weaknesses)
• Жоғары өнімділік: 189 жаңалық, 400+ контент бірлігі, БАҚ-та 30 жарияланым • Көптілді қолдау (орыс/қазақ) • БАҚ пен мемлекеттік басылымдармен орнатылған байланыстар • Сайт пен әлеуметтік желілердің тиімді жұмысы	• Көп тапсырмаларға қарамастан кадрлық ресурстардың шектеулі болуы • Жеке бағыттарды (мысалы, ғылыми қызметті) алға жылжытуға көңіл бөлудің теңсіздігі • SMM-де таргетинг пен аналитика құралдарын шектеулі пайдалану
Мүмкіндіктер (Opportunities)	Тәуекелдер (Threats)
• Жаңа медиаплатформалармен (Telegram, YouTube Shorts және т.б.) өзара әрекетті кеңейту • Студенттер мен түлектерді тарту арқылы имидждік кампанияларды өткізу • Халықаралық аудиторияға арналған ағылшын тіліндегі контент жасау • Мамандардың digital-маркетинг саласындағы біліктілігін арттыру	• Ақпараттық кеңістікте басқа жоғарғы оқу орындары мен мәдени мекемелермен бәсекелестік • Жылдам әрекет етпеген жағдайда теріс ақпараттық реакция қаупі • Техникалық ақаулар және сандық инфрақұрылымның ескіріп қалуы