

**СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ
ПРОДВИЖЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ:
ИССЛЕДОВАНИЕ САЙТОВ
75 РОССИЙСКИХ
УНИВЕРСИТЕТОВ**



МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

СМИ

вещание,
информирование

МЕДИА

информационное
посредничество

СТИПЕНДИИ, ГРАНТЫ, СТАЖИРОВКИ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Почему это важно для университетов?

- показатель активности и успешности
- поддержка исследований и проектов
- информационный вес и медиа авторитет

Почему это важно для студентов?

- время для эксперимента и поиска себя
- возможность проявить себя, войти в профессиональное сообщество

Почему это важно для фонда?

- своевременное информирование о конкурсах, стипендиях и грантах
- продвижение культуры подачи заявок

СТИПЕНДИАЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЛАДИМИРА ПОТАНИНА

Самый крупный проект Фонда, существующий с 2000 года. За период реализации программы стипендии и гранты получили более 27 тысяч студентов и 2 тысяч преподавателей из 83 вузов России

- Стипендиальный конкурс
- Грантовый конкурс
- Олимпийские стипендии
- Рейтинг вузов
- Конференция по магистратуре



СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ

МЕТОДОЛОГИЯ



- Исследование выполнено экспертами «Силамедиа» под руководством Оксаны Силантьевой
- Сформирован список из 30 способов продвижения информации
- Проанализированы сайты 75 российских вузов, с точки зрения использования/ неиспользования каждого из 30 способов по шкале 0-1-2

Экспертная шкала:

- 0 — если конкретный метод продвижения не был представлен на сайте вуза
- 1 — если способ продвижения используется, но, например, «заброшен» или есть технические ошибки/сбои
- 2 — если способ продвижения используется, и представленная информация свежа и актуальна

ФОКУС ВНИМАНИЯ — САЙТЫ УНИВЕРСИТЕТОВ

Университетский сайт – ядро, центр информации о жизни вуза (даже если работа ведется в социальных сетях не на платформе сайта)

Университетский сайт – навигатор по деятельности вуза. За актуальной и официальной информацией к нему обращаются студенты, магистранты, преподаватели, абитуриенты, родители абитуриентов, партнеры, работодатели.

30 СПОСОБОВ ПРОДВИЖЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ О КОНКУРСАХ СТИПЕНДИЙ, ГРАНТОВ И СТАЖИРОВОК

1. Рубрика, серия регулярных материалов в общей ленте новостей
2. Отдельный раздел на сайте
3. Рубрика, серия регулярных материалов в ленте анонсов
4. Опубликованные email, телефон, мессенджер контактного лица по вопросам участия в программах
5. Список ссылок на сайты стипендиальных программ
6. База конкурсов и программ с возможностью выбора по фильтрам
7. Интервью с выпускниками стипендиальных программ на сайте
8. Публикация статистики, сколько студентов участвовали в каких стипендиальных программах
9. Виджет анонсов на главной странице сайта
10. Специализированная email-рассылка, посвященная теме участия в конкурсах
11. Интерактивный календарь с возможностью подписаться на обновления
12. Слайды-презентации программ и конкурсов для просмотра и скачивания
13. Специализированная группа, паблик с объявлениями
14. Анимированные или видеоролики, стимулирующие участвовать в стипендиальных программах
15. Форма на сайте «Задайте вопрос»
16. Чек-листы «Что нужно, чтобы получить стипендию/грант»
17. Онлайн-трансляции очных презентаций конкурсов и программ
18. Бот в Телеграме, Фейсбуке, Вконтакте
19. Раздел вопрос/ответ или карточки
20. Канал в Телеграме, WhatsApp, Viber разъясняющий
21. Канал в Телеграме, WhatsApp, Viber с анонсами
22. Тематический Инстаграм
23. Презентация проектов, созданных в рамках стипендиальных и грантовых программ
24. Тематические онлайн-конференции
25. Events, события в соцсетях
26. Инфографика для скачивания и распечатки — алгоритмы участия, подачи заявок
27. Mindmap — обзор действующих конкурсов и программ
28. Интерактивный тест, по результатам которого рекомендуется программа для участия
29. Кнопка «Я участвую» с возможностью поделиться в соцсетях
30. Фотопосты, фотоцитаты, мемы, стимулирующие участвовать в конкурсах

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ

РЕЗУЛЬТАТЫ АНАЛИЗА

	Способ продвижения информации	баллов
1	Рубрика, серия регулярных материалов в общей ленте новостей	122
2	Отдельный раздел на сайте	86
3	Рубрика, серия регулярных материалов в ленте анонсов	68
4	Опубликованные email, телефон, мессенджер контактного лица по вопросам участия в программах и конкурсах	60
5	Список ссылок на сайты стипендиальных программ	58

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ

РЕЗУЛЬТАТЫ АНАЛИЗА

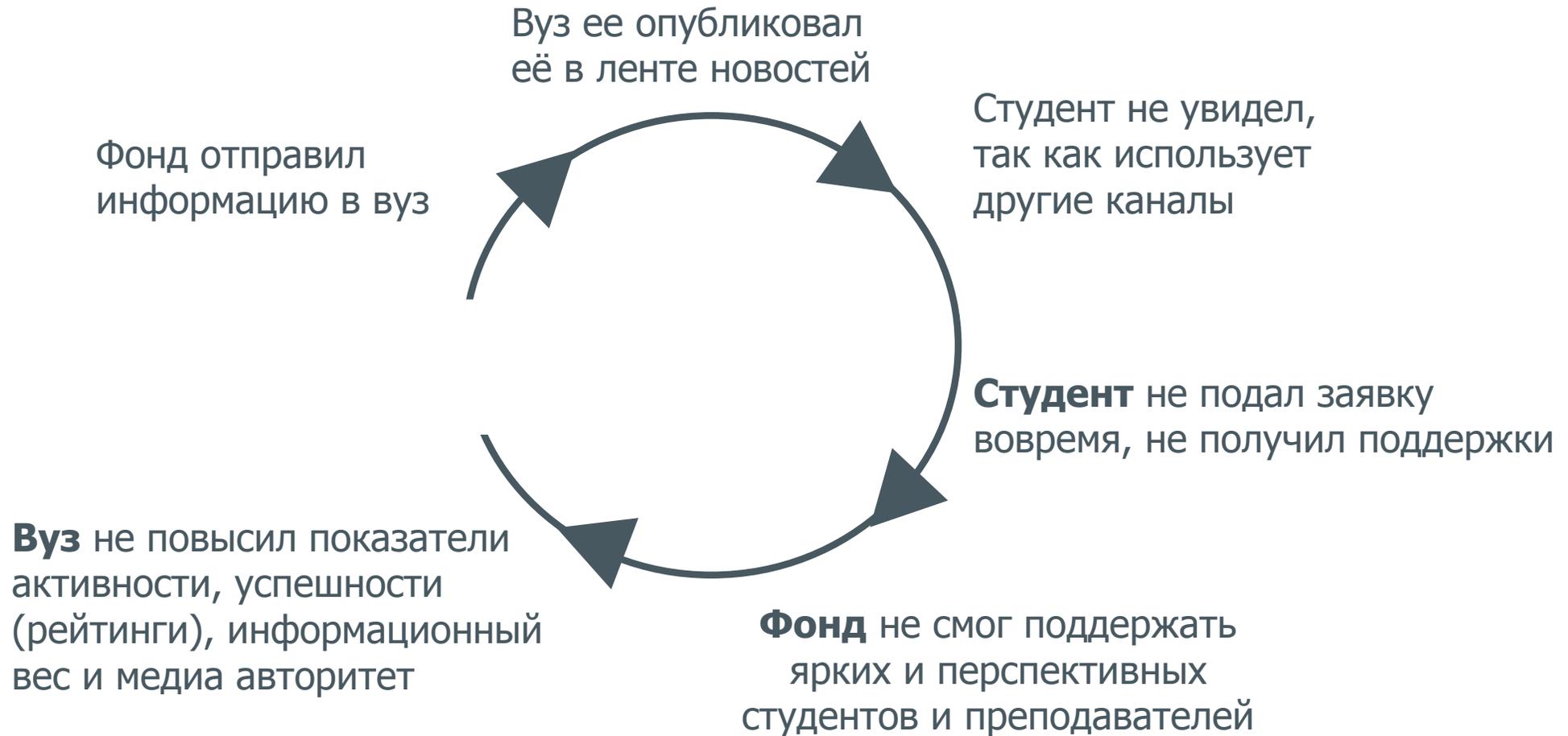
6	База конкурсов и программ с возможностью выбора по фильтрам	32
7	Интервью с выпускниками стипендиальных программ на сайте	22
8	Публикация статистики, сколько студентов участвовали в каких стипендиальных программах	20
9	Виджет анонсов на главной странице сайта	15
10	Специализированная email-рассылка, посвященная теме участия в конкурсах	12
11	Интерактивный календарь с возможностью подписаться на обновления	11
12	Слайды-презентации программ и конкурсов для просмотра и скачивания	5
13	Специализированная группа, паблик с объявлениями	4
14	Анимированные или видеоролики, стимулирующие участвовать в грантовых и стипендиальных программах	4
15	Форма на сайте «Задайте вопрос»	3
16	Чек-листы «Что нужно, чтобы получить стипендию/грант»	2
17	Онлайн-трансляции очных презентаций конкурсов и программ	2
18	Бот в Телеграме, Фейсбуке, Вконтакте	1
19	Раздел вопрос/ответ или карточки	1

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ

РЕЗУЛЬТАТЫ АНАЛИЗА

20	Канал в Телеграме разъясняющий	0
21	Канал в Телеграме с анонсами	0
22	Тематический инстаграм	0
23	Презентация проектов, созданных в рамках стипендиальных и грантовых программ	0
24	Тематические онлайн-конференции	0
25	Events, события в соцсетях	0
26	Инфографика для скачивания и распечатки — алгоритмы участия, подачи заявок, планирования своего развития	0
27	Интерактивный тест, по результатам которого рекомендуется программа для участия	0
28	Mindmap — обзор действующих конкурсов и программ	0
29	Кнопка «Я участвую» с возможностью поделиться в соцсетях	0
30	Фотопосты, фотоцитаты, мемы, стимулирующие участвовать в конкурсах	0

НЕЭФФЕКТИВНАЯ КОММУНИКАЦИЯ — УПУЩЕННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ



ЭФФЕКТИВНАЯ МЕДИАКОММУНИКАЦИЯ

- **кроссплатформенная**
учитывает различные паттерны поведения целевых групп
- **мультимедийная**
представляет информацию в различных форматах с учетом особенностей восприятия
- **связанная**
потoki информации на вход и выход направлены, сегментированы, канализированы

ВЫВОДЫ

- Университетский сайт как центр информации о жизни вуза нуждается в улучшениях
- Современные технологии позволяют отойти от вещательного подхода распространения информации, комбинировать каналы и форматы представления информации для достижения целевой аудитории
- Большинство решений для кроссмедийного распространения информации не является дорогостоящим или требующим высокой квалификации технических сотрудников
- Грамотный медиа менеджмент необходим для повышения эффективности коммуникации