



Москва,
2023

«PR–блок НИУ ВШЭ»



Основной функционал PR-блока

1. Координация общей коммуникационной и рекламной стратегии НИУ ВШЭ
2. Мониторинг информационного поля, касающегося деятельности НИУ ВШЭ
3. Взаимодействие с журналистами и СМИ, блогерами, компаниями-партнерами
4. Организация и согласование съемок в НИУ ВШЭ, приглашения СМИ в университет
5. Координация работы НИУ ВШЭ и структурных подразделений по проведению информационных кампаний и мероприятий (выставки, презентации, события)
6. Продвижение бренда НИУ ВШЭ, формирование имиджа и позитивного восприятия университета.
7. Информационная поддержка образовательных программ и мероприятий НИУ ВШЭ
8. Развитие внутренних коммуникаций в НИУ ВШЭ

Ключевые результаты, за которые отвечает PR-блок

1. Увеличение объема информационного присутствия НИУ ВШЭ в российских и зарубежных медиа
2. Продвижение имиджа НИУ ВШЭ как ключевого экспертно-аналитического центра страны
3. Поддержание корпоративной культуры и формирование среди сотрудников высокой лояльности к НИУ ВШЭ



Андрей Сергеевич Лавров
старший директор по
коммуникациям

**Роман Владимирович
Левкович**
директор по связям с
общественностью

Дирекция по связям с
общественностью

- Центр внешних связей
 - Аналитический отдел
 - Отдел пресс-службы
 - Информационный отдел
- Отдел внутрикорпоративных коммуникаций
- Отдел по организации мероприятий
- Организационный отдел

**Анна Александровна
Подпрятва**
директор по маркетинговым
коммуникациям

Дирекция по маркетинговым
коммуникациям

- Управление корпоративных медиа
- Центр цифровых коммуникаций
 - Отдел по работе с социальными медиа
 - Отдел видеопроизводства
- Отдел спецпроектов и партнерств
- Отдел научных коммуникаций
- Отдел визуальных коммуникаций

**Алексей Владимирович
Рубцов** заместитель старшего
директора
по коммуникациям

Взаимодействие с кампусами в
области коммуникаций

- Пресс-служба кампуса в Нижнем Новгороде
- Пресс-служба кампуса в Перми
- Пресс-служба кампуса в Санкт-Петербурге

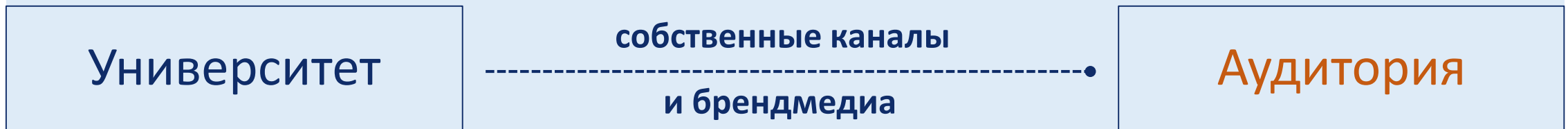


Организационная структура PR-блока

Дирекция по связям с общественностью работает с целевыми аудиториями университета опосредованно, через взаимодействие со СМИ, общественными организациями, бизнесом и государственными структурами



Дирекция по маркетинговым коммуникациям работает в непосредственном взаимодействии с целевыми аудиториями университета





Основные сервисы Дирекции по связям с общественностью

1. Координация и контроль реализации стратегии информационной политики НИУ ВШЭ;
2. Организация и обеспечение взаимодействия экспертов НИУ ВШЭ со СМИ (комментарии экспертов);
3. Работа со СМИ, пресс-службами федеральных органов исполнительной власти, внешними пресс-службами организаций, пресс-службами структурных подразделений НИУ ВШЭ;
4. Подготовка и проведение пресс-конференций, аккредитация журналистов;
5. Ежедневный мониторинг материалов, касающихся деятельности НИУ ВШЭ, опубликованных в СМИ и социальных сетях;
6. Организация работы по аналитическому подбору материалов, касающихся деятельности НИУ ВШЭ, по запросу Дирекции и других структурных подразделений НИУ ВШЭ;
7. Подготовка текстов публичных выступлений руководства НИУ ВШЭ и подобных текстов по запросам подразделений;
8. Информационное, организационное и протокольное сопровождение при подготовке и проведении мероприятий с участием руководства университета;
9. Коммуникация внутри университета – с преподавателями, учеными, административными сотрудниками, студентами.



Присутствие НИУ ВШЭ в инфополе в 2023 году

- НИУ ВШЭ вышел в лидеры среди всех вузов России по МедиаИндексу*.
- В 2022 г по сравнению с периодом 2019–2021 гг количество негативных публикаций в СМИ снизилось более чем в 15 раз (14448 > 911), а по МедиаИндексу – в 16 раз (-276 359 > -17048);
- НИУ ВШЭ традиционно входит в топ-3 вузов по количеству упоминаний в СМИ, при этом доля публикаций с цитированиями (т.н. экспертные комментарии) наивысшая (НИУ ВШЭ – 48,3%, РАНХиГС – 47,8%, МГУ – 30%);
- Почти в половине публикаций с упоминаниями ВШЭ цитируются сотрудники университета;
- Университет лидирует среди всех российских вузов по МедиаИндексу упоминаний в ведущих федеральных изданиях – РБК, «Коммерсант», «Известия», «Ведомости», «Российская газета», Lenta.Ru, Газета.Ru и ряде других;
- Зафиксировано 370 публикаций в топ-5 «Дзен.Новостей» – в среднем одна публикация в день.

*МедиаИндекс – показатель качественного состояния информационного поля системы «Медиалогия». Чем больше значение МедиаИндекса, тем более ярко и позитивно присутствие организации в СМИ, и тем позитивнее её имидж, создаваемый СМИ. Это числовой показатель, его значение зависит от совокупности коэффициентов – коэффициента влиятельности СМИ, от упоминания объекта в главной роли, в заголовке, от наличия цитаты спикера, а также от семантического контекста – позитив, негатив или нейтральный.



Изменения регуляторного ландшафта

Закон о нежелательных
организациях

Закон о закрытии
контрсанкционной
информации

Закон об иностранных
агентах

Ответственность
за распространение
недостоверной
информации
о работе госорганов
России за рубежом

Изменения
в законодательстве
о рекламе (в части
маркировки рекламы)

Запрет на деятельность
в России компании Meta
и принадлежащих
ей платформ в связи
с признанием ее
экстремистской
организацией



К кому обратиться, если у вас вопрос

**Соколов
Дмитрий Николаевич**

**Брегадзе
Ксения Владимировна**

- Пригласить СМИ на мероприятие, осветить результаты экспертного исследования или доклада ВШЭ в СМИ
- Связаться с пресс-службами партнеров для освещения совместных активностей
- Провести оценку целесообразности комментария от эксперта в СМИ, согласовать интервью
- Организовать рассылку информационного сообщения в СМИ
- Исправить некорректную информацию, вышедшую в СМИ в рамках комментария эксперта
- Переадресовать полученный запрос от СМИ, если он не соответствует теме экспертизы
- Предложить авторскую колонку для передачи в СМИ
- Получить консультацию по вопросам информационного продвижения, разработки плана инфоподдержки

**Торопов
Егор Андреевич**

- Добавить комментарий эксперта в ежедневный обзор СМИ
- Получить ежедневный мониторинг СМИ
- Получить анализ инфополя (выгрузка аналитики по упоминаниям подразделения или персон в СМИ и соцсетях)

**Неугомонов
Сергей Олегович**

- Опубликовать материалы на каналах внутрикома
- Поучаствовать в клубе «Самовар»

**Алешковская
Мария Евгеньевна**

**Седых
Василий Викторович**

- Получить помощь в организации и проведении мероприятия (подписания/встречи) с участием руководства университета
- Получить помощь в информационном сопровождении мероприятия (подписания/встречи) с участием руководства университета
- Подать предложение в деловую программу ключевых форумов Фонда Росконгресс
- Включить студентов факультета в работу дискуссионного клуба «Для понимания»
- Получить помощь в оформлении мероприятий с символикой ВШЭ (ролл-ап, прессволл)



Основные сервисы Дирекции по маркетинговым коммуникациям

1. Ведение цифровых каналов коммуникации от лица НИУ ВШЭ (официальные соцсети университета, главная страница портала, телеграм-каналы);
2. Создание принципов продвижения бренда и координация исполнения стратегии продвижения глобального бренда НИУ ВШЭ структурными подразделениями;
3. Реализация медийных и событийных партнерств с другими компаниями (совместные медийные акции, участие бренда НИУ ВШЭ в крупнейших фестивалях, контент-партнерства);
4. Создание бренд-медиа НИУ ВШЭ, видеорубрик и подкастов в социальных сетях;
5. Организация фото- и видеосъемки для корпоративных ресурсов НИУ ВШЭ, консультация подразделений по вопросам производства видеоконтента;
7. Подготовка информационных материалов об университете, представление его образовательного, научного и экспертного потенциала;
8. Информирование широкой общественности о фундаментальных исследованиях, научных открытиях и прикладных разработках ученых из НИУ ВШЭ;
9. Создание, актуализация и контроль за соблюдением подразделениями фирменного стиля НИУ ВШЭ;
10. Разработка дизайна корпоративной и рекламной полиграфической продукции, макетов оформления сувенирной продукции, а также дизайна интерактивной продукции.



Работа НИУ ВШЭ с социальными медиа

2020 ————— 2023

Официальная Вышка представлена 22 аккаунтами и насчитывает аудиторию свыше 280 000 подписчиков. Значительная доля аудитории сосредоточена на зарубежных площадках.

Несмотря на блокировку крупных зарубежных площадок, НИУ ВШЭ насчитывает уже 28 аккаунтов в социальных медиа и блогах, на которых сосредоточена совокупная аудитория более чем 380 000 пользователей.



112 000

ПОДПИСЧИКОВ

Составляет аудитория флагманского сообщества Вконтакте. Это одно из первых и крупнейших университетских сообществ в этой социальной сети.

Аккаунты в социальных медиа и блогах под управлением PR-блока



12

каналов



7

сообществ



2

аккаунта



2

канала



2

канала



1

канал



1

сообщество



1

блог



Работа НИУ ВШЭ с социальными медиа

НИУ ВШЭ

Для эффективного взаимодействия с целевыми аудиториями НИУ ВШЭ представлена на всех популярных площадках в социальных медиа

Абитуриенты
и их родители

ВК (бакалавриат, магистратура, аспирантура), TG «Поступай как знаешь»,
TG «Здесь о себе», Флагманы (ВК, Youtube, TG)

Студенты ВШЭ
и других вузов

TG «Вышка для своих», TG и ВК Worklife HSE, TG «Карьера в науке»,
TG «Здесь о себе», TG «Писать нельзя откладывать», ВК «Эстетика Вышки»,

Сотрудники

TG «Афиша Вышки», ВК и Дзен IQ HSE, Флагманы (ВК, Youtube, TG),
TG «Работаю в Вышке», TG «Вышка для своих», ВК и TG Worklife HSE,

Преподаватели
и ученые

TG «Афиша Вышки», ОК и Дзен «Для понимания», ВК «Эстетика Вышки»,
TG «Карьера в науке», TG «Дистанционный смотритель», TG «Работаю в Вышке», TG «Вышка для своих», ВК и TG Worklife HSE,
TG «Афиша Вышки»,

Представители
власти,
партнеры
университета

Флагман в TG, ОК и Дзен «Для понимания», TG «Дистанционный смотритель», ВК и Дзен IQ HSE, TG «Карьера в науке», НИУ ВШЭ на VC.ru

Широкая
общественность

Флагман в TG, ОК и Дзен «Для понимания», ВК и Дзен IQ HSE,
TG «Здесь о себе», НИУ ВШЭ на VC.ru



Корпоративные и брендмедиа НИУ ВШЭ

Вышка.Главное



Образование

НИУ ВШЭ и ТИИИМСХ подписали соглашение о сотрудничестве

Соглашение Высшей школы экономики и Ташкентского института инженеров ирригации и механизации сельского хозяйства направлено на развитие академического и культурного сотрудничества, включая обмен студентами. Подписание прошло 25 ноября, в преддверии юбилея Вышки. В этот же день университет с визитом посетили представители зарубежных вузов и дипломатических миссий.



Экспертиза

Спикеры Вышки выступили на конференции по искусственному интеллекту Artificial Intelligence Journey

Международная онлайн-конференция AI Journey («Путешествие в мир искусственного интеллекта») — крупнейшая площадка для обсуждения вопросов развития технологий ИИ и машинного обучения. В конце ноября AIJ в очередной раз провел Сбер. Участие в ней приняли исследователи факультета компьютерных наук и Центра ИИ Высшей школы экономики.

Вышка.Главное – корпоративное медиа, новостная служба университета. На главной странице портала публикуются новости об образовании, важных и интересных событиях в университете и за его пределами, истории учащихся, выпускников, сотрудников, информация о научной, исследовательской и экспертной работе.



Деловое бренд-медиа HSE Daily. Представляет экспертизу университета по актуальным социально-экономическим темам, служит витриной для презентации ключевых исследовательских треков, в частности, стратегических проектов НИУ ВШЭ.



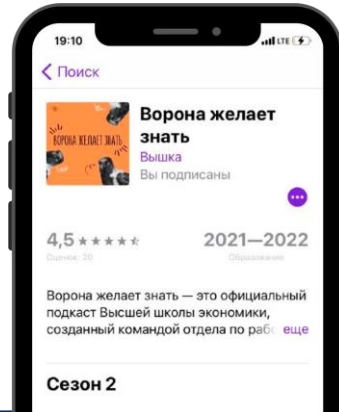
Научно-популярное бренд-медиа IQ HSE, которое знакомит читателей с результатами научных исследований сотрудников НИУ ВШЭ в доступном формате. Совокупная ежегодная аудитория медиа превышает 2 млн посетителей, на страницы в соцмедиа подписаны более 9 тыс пользователей.

Витрина научно-популярных проектов НИУ ВШЭ

Подкаст «Ворона желает знать»

Флагманский научно-популярный подкаст университета. Вышка – агрегатор научного знания, но в такой форме его до сих пор не транслировала. Наша задача – рассказывать популярно о сложных, но интересных материях, связанных с нашей повседневной жизнью.

17 выпусков
> 8 тыс прослушиваний
> 2 тыс подписчиков



«Для понимания» в Telegram, Дзен и Одноклассники

Ежедневно мы публикуем материалы на актуальные темы в области экономики, социальной сферы, рынка труда, госуправления, образования, науки и инноваций, внешней политики и общественных инициатив. Каналы запущены в марте 2022 года.

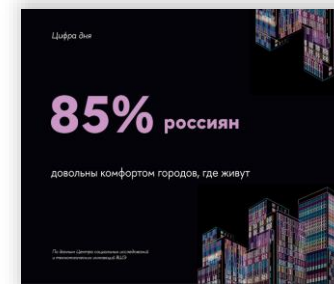
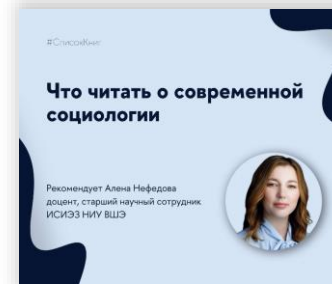
> 9,5 тыс подписчиков совокупно
> 4,5 млн показов материалов в Дзене
> 102 тыс дочитываний материалов в Дзене

Telegram-канал «Карьера в науке»

Канал помогает людям, желающим попасть в науку, и молодым учёным лучше ориентироваться в современном академическом пространстве. Опытные исследователи, преподаватели вузов и управленцы в мире науки могут найти интересные кейсы и советы о том, как поддерживать себя и развиваться в академии и вне её.



Канал был запущен в августе-2022 и за первые 4 месяца существования без рекламных усилий собрал 1000 подписчиков





Витрина научно-популярных проектов НИУ ВШЭ

Разговор с экспертом

Регулярная видеорубрика НИУ ВШЭ, в которой мы обсуждаем актуальные темы с приглашенными гостями – ведущими учеными и специалистами Высшей школы экономики. Круг тем для обсуждения самый широкий – от инноваций в бизнесе и финансовой грамотности до биотехнологий и нейролингвистики. Цель рубрики – простым и понятным языком рассказать о ключевых направлениях науки

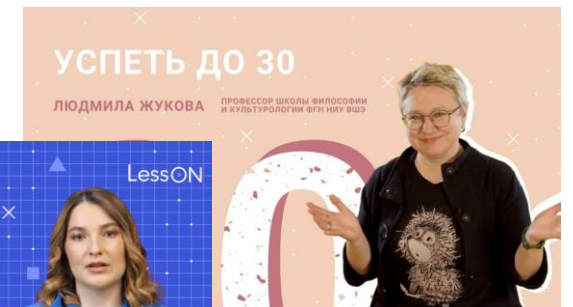
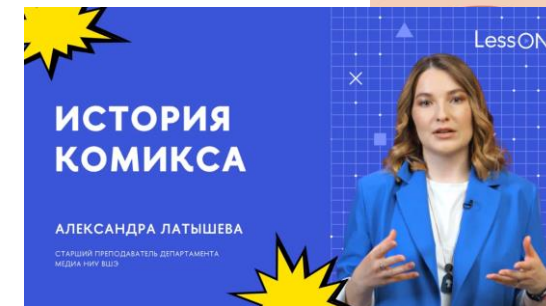
39 выпусков > 2,3 млн просмотров и экспертизы, представленных в нашем университете.



LessON

Это не лекция и не интервью, а короткий эксплейнер, в рамках которого спикер отвечает на один вопрос из области своих научных или профессиональных интересов. Акцент сделан на представление разнообразных инсайтов, неординарную визуализацию нарратива, емкую подачу материала, интересные примеры и кейсы. Для LessON важен именно личный и профессиональный опыт спикера, даже в контексте применения академического знания.

25 выпусков > 1 млн просмотров





К кому обратиться, если у вас вопрос

Землякова Анастасия Ивановна

- Организовать или сопроводить внешнее партнерское медийное сотрудничество
- Организовать съемки сотрудника в проекте LESSON
- Организовать медийное участие факультета/ОП/персон в крупных внешних

Мезенцева Людмила Викторовна

- Информировать общественность о фундаментальных исследованиях, научных открытиях и прикладных разработках ученых из НИУ ВШЭ
- размещаем в СМИ релизы, новости, публикации о результатах работы ученых и исследователей НИУ ВШЭ
- Освещаем последние достижения науки простым и понятным языком для людей вне академического сообщества

Орехин Петр Владимирович

- Осветить событие: написать об исследовании или истории вашего сотрудника на главной странице портала или в HSE Daily или в IQ HSE
- Разместить новость на главной странице портала
- Отправить на мероприятие пишущего корреспондента и/или фотокорреспондента
- Получить консультацию о правилах написания новости для портала

Кутьков Юрий Юрьевич

- Разработать дизайн-решение для продукта
- Получить консультацию по использованию логотипа и фирменного стиля ВШЭ
- Получить консультацию по соответствию дизайна утвержденному

Алексеев Максим Максимович

Семенова Алина Викторовна

- Провести фотосъемку участника интервью/рубрики на портале
- Провести видеосъемку мероприятия, сделать видеосюжет
- Смонтировать/снять видеоролик под определенную задачу
- Получить красивое фото университета/студентов или массовое фото для анонсов мероприятий на страницах подразделений и в социальных сетях
- Разместить анонс в соцсетях о внешних мероприятиях
- Опубликовать информацию о проекте в социальных сетях Вышки
- Встроить видео на портале
- Разместить трансляцию на YouTube-канале НИУ ВШЭ



Ссылки на информацию на портале

PR-блок НИУ ВШЭ всегда готов оказать вам содействие в вопросах информационного сопровождения и имиджевого продвижения.

В данной презентации мы постарались простыми словами описать схему коммуникации, чтобы помочь вам сориентироваться в наших возможностях. Все схемы в данной презентации не являются структурными описаниями подразделений. С ними вы можете ознакомиться на страницах:

- Дирекции по маркетинговым коммуникациям: <https://digitalmedia.hse.ru/>
- Дирекции по связям с общественностью: <https://pr.hse.ru/>

