

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(НИУ «БелГУ»)**

Ректор

 О.Н. Полухин /

**СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ КАНАЛОВ КОММУНИКАЦИЙ
БЕЛГОРОДСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО НАЦИОНАЛЬНОГО
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО УНИВЕРСИТЕТА**

на 2022-2030 годы

Белгород, 2022 год

Стратегия развития внутренних и внешних каналов коммуникаций Белгородского государственного национального исследовательского университета направлена на совершенствование информационно-рекламной деятельности, повышение эффективности каналов обратной связи, удовлетворение информационных потребностей коллектива университета, формирование позитивного имиджа НИУ «БелГУ» как одного из ведущих вузов России и крупнейшего научно-образовательного и социокультурного центра Белгородской области.

Цель коммуникационной стратегии реализуется через миссию университета, которая сформулирована следующим образом: « миссия Белгородского государственного национального исследовательского университета направлена на содействие достижению национальных целей развития Российской Федерации, научно-технологическому прорыву и повышению качества жизни населения Белгородской области за счет высокого качества образования, новых технологий и глобально конкурентоспособных исследований, формирования социальной среды, способствующей привлечению и раскрытию талантов».

Коммуникационная стратегия также соотносится со стратегической целью университета, предусматривающей трансформацию из классического исследовательского университета в глобально конкурентоспособный университет, выступающий высокоэффективной системообразующей организацией российской экономики и лидером территориального развития, способным генерировать новые отрасли экономики и социальной сферы, создавать новые точки роста территории и новые форматы взаимодействия с бизнесом, властью, наукой и обществом в интересах инновационного и социокультурного развития региона и страны.

Ориентиром для выстраивания эффективных коммуникаций также является Программа развития НИУ «БелГУ» в рамках госпрограммы «Приоритет-2030». В соответствии с этой программой производимый и распространяемый контент должен соответствовать трём стратегическим проектам программы: **НАУКА XXI века** (лидерство в сфере исследований и разработок для решения социально-экономических и социально-значимых задач региона), **ЛИДЕРЫ БУДУЩЕГО** (подготовка творческих специалистов, готовых жить в «ситуации неопределенности», «творить» свое будущее и будущее региона, развитие инновационной среды) и **УНИВЕРСИТЕТ БЕЗ ГРАНИЦ** («открытый» университет для жителей и организаций, социокультурный интегратор, лидер управления территорией).

ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ

Внутренние каналы коммуникаций НИУ «БелГУ» представлены:

1. Официально зарегистрированными средствами массовой информации: газета «Вести БелГУ» (тираж 2000 экз., ежемесячный выпуск 8 полос в цвете) и сайт БЕЛГУ.рф (25- 35 тысяч посетителей ежедневно),
2. Интерактивными разделами сайта: блог ректора, вопрос ректору, вопрос департаменту социального развития
3. Сайтами подразделений и студпорталом,
4. Социальными сетями

Соцсеть	Количество подписчиков
ВКонтакте	17 796
Одноклассники	385
Телеграм	5560
Яндекс Дзен	125
Тик Ток	262
ЯRus	235

5. Студенческий журнал «Nota Bene», лифлеты институтов, буклеты университета, тематические издания.

Внешние каналы коммуникаций НИУ «БелГУ» представлены:

1. Федеральными СМИ (РИА-Новости, Россия 1, 1 канал, НТВ, ТАСС, Интерфакс, сайт Минобрнауки РФ, Бел.ру, РБК, РГ, Коммерсант, КП и др)
2. Региональными СМИ (ГТРК «Белгород», ТРК «Мир Белогорья», ГТРК «Орёл», радиостанции в Белгороде, Курске, Орле, Липецке, газеты Белгородская правда, Белгородские известия, АиФ-Белгород, Белпресса, Фонарь TV)
3. Районные СМИ (муниципальные газеты и сайты)
4. Общественные организации, личные связи.

Форматы информационного взаимодействия:

- Информирование о деятельности университета по всем каналам,
- интерактивное взаимодействие с целевыми аудиториями вуза в чатах, по электронной почте, по телефону, на встречах;
- размещение имиджевого и рекламного контента,
- создание справочных материалов.

Целевые аудитории, с которыми контактирует НИУ «БелГУ»:

1. Внутренние:

- профессорско-преподавательский состав;
- административно-хозяйственный сектор.

2. Внешние:

- конечные потребители продуктов и услуг. Внутри эта группа подразделяется на подгруппы по возрасту, полу, образованию, доходу и другим признакам;
- деловые партнеры;
- общественные организации;
- государственные органы. Весь спектр государственных институтов (исполнительных, законодательных, судебных), решения которых непосредственно влияют на деятельность организации или на сферу, в которой она работает.
- СМИ.

Позиционирование в медиапространстве

Результаты реализации коммуникационной стратегии НИУ «БелГУ» оцениваются по показателям, которые учитываются основными рейтингами, прежде всего, рейтингом медиаактивности вузов Министерства науки и высшего образования РФ, а также рейтингом программы «Приоритет-2030».

Рейтинг Минобрнауки РФ охватывает 219 подведомственных вузов

Месяц	08/21	09/21	10/21	11/21	12/21	01/22	02/22	03/22	04/22
Сайт	16 43,105	1 79,608	2 89,227	1 59,068	1 93,541	3 27,266	1 32,781	1 32,026	1 34,029
СМИ	25 18,914	27 21,736	25 22,252	37 15,816	34 17,712	30 7,129	18 10,561	25 11,014	37 8,840
Соц. сети	18 18,306	27 17,730	20 19,965	33 16,807	48 15,175	50 9,169	23 9,909	16 19,715	13 21,763
Место в рейтинге	21	13	10	12	15	24	11	13	11

Показатель	Янв.	Фев.	Мар.	Апр.
Яндекс	130	119	132	156
% релевантности	42	92	84	92,31
Сайт трафик	1500	1900	1800	1 900
Место	20	12	16	14

ПЛАНИРУЕМЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Сравнение с другими рейтингами и прогнозируемые результаты к 2030 году:

Показатели/рейтинги	Как есть	Как будет	Прирост в год (ед., %)
Медиарейтинг Минобрнауки РФ	13 - 20 место среди 219 вузов, подведомственных Минобрнауки РФ	Закрепление в ТОП-15, вхождение в ТОП-10 рейтинга	1
Медиарейтинг «Приоритет-2030»	12 - 20 место среди 106 вузов – участников программы	Закрепление в ТОП-15, вхождение в ТОП-10 рейтинга	1
Медиаактивность (рейтинг Минобрнауки)	Индекс медийной активности 11	Увеличение индекса медийной активности до 15-20	2
Вхождение в одну из номинаций ежегодного конкурса «Пресс-служба вуза» (АКВОБР)	Университет с 2013 года становился победителем конкурса в одной из номинаций. Пиар-фактор-8	Закрепление в главной номинации конкурса «Инфолидер», получение пиар-фактора-9	1
Количество подписчиков в социальными медиа	Количество подписчиков: ВК – 17900, ОК – 390, ТГ – 5580, ЯД – 149, Rutube - 13	Увеличение числа подписчиков: ВК – 20 000, ОК – 2 000, ТГ – 10 000, ЯД – 1 000, Rutube - 1000	10%
Количество форматов контента	Используемые форматы: новости, репортажи, фильмы, ролики, стримы, опросы,	Расширить форматы контента: лонгриды, риллы,	2

	фотогалереи, слайды с датами, слайды рекламные, карточки	инфографика, подкасты, вовлекающий контент	
Количество полиграфической продукции	Выпускаемые: газета (1), буклеты (2), лифлеты (12), журналы (2), книги (2), дайджесты (1), альбомы (1)	Планируется: газета (1), буклеты (2), лифлеты (12), журналы (3), книги (2), дайджесты (1), альбомы (1)	Набор оптимален

I. Основные направления деятельности в сфере развития коммуникаций

1. Создание и развитие собственных каналов коммуникации в сети Интернет.

- Сайт НИУ «БелГУ»
- Социальные сети
- Мобильные приложения

2. Создание и развитие традиционных средств массовой коммуникации.

- Газета «Вести БелГУ» с приложением «Nota Bene»
- Сборник «Созвездие БелГУ»
- Имиджевые полиграфические материалы
- Видеоконтент
- Аудиоконтент

3. Создание и развитие интерактивных каналов, обеспечивающих обратную связь между всеми группами коллектива.

- Блог ректора
- Вопрос ректору
- Вопрос департаменту социального развития
- Чат Телеграм-канала «Пегасий» - «Вполушка»
- Чат группы во ВКонтакте
- Чаты групп в ВК институтов, студобъединений
- Чат-боты
- Телефоны горячих линий

Целевые аудитории

Потребители услуг	Коллектив	Партнёры и инвесторы	Общественные организации
<p>Студенты</p> <p>Абитуриенты</p> <p>Родители</p> <p>Слушатели ДПО</p> <p>Посетители спортивных и культурных объектов</p>	<p>Профессорско-преподавательский состав</p> <p>Административно-хозяйственная часть</p>	<p>Российские вузы-партнёры</p> <p>Зарубежные вузы-партнёры</p> <p>Предприятия-партнёры в научной сфере (НОЦ, Приоритет 2030)</p> <p>Предприятия – базы практик</p>	<p>Ассоциация выпускников</p> <p>Профсоюзная организация</p> <p>Союз студентов</p> <p>Молодёжные организации региона и РФ</p> <p>РИО, РГО и др.</p> <p>АНО «Россия – страна возможностей»</p> <p>АНО «Национальные приоритеты»</p> <p>СМИ</p>

Целевые группы	Формы взаимодействия/воздействия	Каналы/площадки взаимодействия/воздействия
Студенты	<ul style="list-style-type: none"> • Информирование студентов о решениях руководства, о мероприятиях в вузе; • Вовлечение в студенческие медиа через студактив вуза; • Организация студенческой практики совместно с журфаком; • Обучение ответственных за информационную работу в студенческих объединениях; • Вовлечение в проектную деятельность: создание молодёжных креативных пространств в рамках Приоритета-2030; • Поддержка талантливой молодёжи через анонсирование мероприятий и конкурсов, публикации о победителях; • Популяризация научной деятельности, продвижение проектов молодых учёных; • Патриотическое воспитание через размещение соответствующего контента в университетских СМИ и соцсетях, общение в чатах. 	<ul style="list-style-type: none"> • Сайт Белгу.рф, университетские сообщества в социальных медиа, мониторы и экран, система радио оповещения, ТГ-каналы Пегсий и Вполушка; • Твоё Университетское Телевидение, Nota bene, подкасты «БЕЛыйГУсь», студенческий портал, соцсети, ЯндексДзен /Медиацентр; • Встречи в литературных мастерских/Медиацентр • литературный сборник «Созвездие БелГУ», «Созвездие талантов»; • Университетские сообщества в социальных медиа, • молодёжные площадки в ВК: belspace, Беллист.

<p>Абитуриенты/ Родители</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Информирование о проведении и результатах профориентационных, просветительских, образовательных, спортивных, культурно-массовых мероприятий; • Информирование и рекрутинговых мероприятиях; • Анонсирование и популяризация направлений подготовки и специальностей; • Взаимодействие в чате ТГ-канала «Вполушка» и через форму обратной связи «Вопросы ректору» и «Вопросы департаменту социальной политики». 	<ul style="list-style-type: none"> • Сайт Белгу.РФ; • Поступайвбелгу.РФ; • Студенческий портал; • Сообщества в социальных медиа и ТГ-каналы Абитуриенту БелГУ, Пегасий, Вполушка, ЯндексДзен, подкасты; • Сообщества в социальных медиа и ТГ-каналы Абитуриенту БелГУ, Пегасий, Вполушка, ЯндексДзен, подкасты; • СМИ (Белгород, регионы России); • Рекламно-информационная продукция; • Рекламно-информационные ресурсы.
<p>Слушатели ДПО</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Информирование о мероприятиях, курсах, программах подготовки Центра развития компетенций, ВШУ, Центра иноязычного образования и академического письма, Центра бережливых технологий, Ботанического сада и др; • Изготовление рекламно-информационной продукции (слайды для мониторов, баннеры на сайт и в соцсети); • Популяризация образовательных программ и онлайн-курсов. 	<ul style="list-style-type: none"> • Сайт Белгу.рф; • Сайт ботанического сада; • Сообщества в социальных медиа и ТГ-каналах «Пегасий», «Вполушка», ВШУ; • Подкасты Радио «БЕЛый ГУсь»; • СМИ (Белгород, регионы России); • Рекламно-информационная продукция; • Рекламно-информационные ресурсы.

<p>Посетители коммерческих структур НИУ «БелГУ»</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Брендирование (вывески, таблички, стенды, указатели и др.); • Информирование о деятельности (услугах) и мероприятиях; • Изготовление рекламно-информационной продукции (лифлеты, буклеты, листовки, слайды для мониторов, баннеры на сайт, в соцсети и СМИ); • Популяризация деятельности коммерческих структур. 	<ul style="list-style-type: none"> • Сайт Белгу.РФ; • Сайты структурных подразделений; • Сообщества в социальных медиа и ТГ-каналах «Пегасий», «Вполушка», ВШУ; • Подкасты Радио «БЕЛый ГУсь»; • СМИ (Белгород, регионы России); • Рекламно-информационная продукция; • Рекламно-информационные ресурсы.
<p>Профессорско-преподавательский состав/Административно-хозяйственная часть</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Информирование по внутренним каналам о решениях руководства; • Получение обратной связи через форму «Вопрос ректору»; • - Мониторинг активности в социальных сетях. 	<ul style="list-style-type: none"> • Сайт БЕЛГУ.рф (новости, объявления, поздравления, блог ректора); • Газета «Вести БелГУ»; • Группы БелГУ и институтов в Вконтакте, Одноклассниках • Телеграм-канал Пегасий, чат Вполушка.
<p>Российские вузы-партнёры</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Информирование по внешним каналам о деятельности университета; • Мониторинг СМК. 	<ul style="list-style-type: none"> • Федеральные СМИ • Социальные сети • Телеграм-каналы Университеты.рф, Пегасий • Сайт Минобрнауки
<p>Зарубежные вузы-партнёры</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Информирование по внешним каналам о деятельности университета; • Мониторинг СМК. 	<ul style="list-style-type: none"> • РИА-Новости, ТАСС
<p>Предприятия-партнёры в научной сфере (НОЦ и Приоритет 2030)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Информирование по внешним каналам о деятельности университета; • Мониторинг СМК. 	<ul style="list-style-type: none"> • Федеральные и региональные СМИ • Социальные сети • Сайты и Телеграм-каналы «Научная России», «Национальные приоритеты» • Сайт Минобрнауки

Предприятия – базы практик	<ul style="list-style-type: none"> • Информирование по внешним каналам о деятельности университета; • Мониторинг СМК. 	<ul style="list-style-type: none"> • Федеральные, региональные и районные СМИ • Социальные сети, телеграм-каналы Белгород1, Бел.ру, Фонарь
Ассоциация выпускников	<ul style="list-style-type: none"> • Информирование выпускников о событиях в вузе, программах лояльности; • Размещение материалов о достижениях выпускников; • Ведение «Золотой книги выпускников». 	<ul style="list-style-type: none"> • Сайт БЕЛГУ.рф (новости, объявления, блог ректора); • Сайт Минобрнауки; • Социальные сети вуза; • Сайт Ассоциации выпускников; • Федеральные и региональные СМИ; • Википедия, Яндекс.
Общественные организации: РИО, РГО, общество «Знание» и др.	<ul style="list-style-type: none"> • Информация о совместных мероприятиях; • Комментарии представителей организаций – сотрудников вуза; • Открытые лекции членов организаций. 	<ul style="list-style-type: none"> • Сайт БЕЛГУ.рф (новости, объявления, блог ректора); • Социальные сети вуза; • Федеральные и региональные СМИ; • ЯндексДзен.
Профсоюзная организация	<ul style="list-style-type: none"> • Информация о деятельности профсоюза; • Информация о совместных мероприятиях. 	<ul style="list-style-type: none"> • Сайт БЕЛГУ.рф (новости, объявления, поздравления); • Социальные сети вуза; • Мониторы.
Союз студентов	<ul style="list-style-type: none"> • Информация о мероприятиях Союза студентов; • Информация о совместных мероприятиях. 	<ul style="list-style-type: none"> • Сайт БЕЛГУ.рф (новости); • Студенческий портал; • Социальные сети вуза, ТГ-каналы, группа в ВК Союза студентов.
Молодёжные организации региона и РФ	<ul style="list-style-type: none"> • Информация об участии студентов вуза в мероприятиях организаций. 	<ul style="list-style-type: none"> • Сайт БЕЛГУ.рф (новости, объявления); • Студенческий портал; • Социальные сети вуза, ТГ-каналы.

<p>АНО «Россия – страна возможностей», АНО «Национальные приоритеты», «Приоритет-2030»</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Информация о научных достижениях НИУ «БелГУ», о реализации проектов в рамках федеральных программ. 	<ul style="list-style-type: none"> • Федеральные и региональные СМИ; • Социальные сети; • Сайты и Телеграм-каналы «Научная России», «Национальные приоритеты»; • Сайт Минобрнауки.
<p>СМИ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Информация о деятельности НИУ «БелГУ», о научных достижениях и реализации проектов в рамках федеральных программ; • Подготовка материалов и организация комментариев. 	<ul style="list-style-type: none"> • Федеральные и региональные СМИ; • Социальные сети; • Сайты и Телеграм-каналы «Научная России», «Национальные приоритеты»; • Сайт Минобрнауки.
<p>Минобрнауки РФ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Включение актуальных для НИУ «БелГУ» инфоповодов в федеральную информационную повестку (Минобрнауки РФ); • Информационное сопровождение проектов, конкурсов, акций Минобрнауки РФ на информационных ресурсах НИУ «БелГУ»; • Подготовка материалов по тематическому плану Минобрнауки РФ для размещения на информационных ресурсах ведомства (новости, экспертное мнение, видеосюжеты, рилсы и др.); • Привлечение студентов к участию в конкурсах Минобрнауки РФ; • Отбор лучших студентов – участников студенческих медиа вуза в студенческий медиацентр; • Участие в конкурсах молодёжных студенческих медиа. 	<ul style="list-style-type: none"> • Сайт БелГУ.РФ; • Студенческий портал НИУ «БелГУ»; • Университетские сообщества в социальных медиа ТГ-каналы; • «Университеты.РФ»; «Приоритет-2030»; • Чаты в ТГ «Друзья Минобра», «Сова Минобра»; • Электронная почта.

<p>Губернатор области и Правительство области</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Информирование о значимых для региона событиях и достижениях НИУ «БелГУ» (пресс-релизы); • Включение актуальных для НИУ «БелГУ» инфоповодов в региональную информационную повестку; • Анонсирование значимых для региона мероприятий НИУ «БелГУ»; • Информационное сопровождение деятельности НОЦ мирового уровня «Инновационные решения в АПК»; • Информационное сопровождение проектов в рамках программы «Приоритет-2030»; • Информационное сопровождение совместных с правительством области социально значимых проектов, мероприятий; • Информационное сопровождение региональных мероприятий, проходящих на площадке НИУ «БелГУ»; • Информационное сопровождение мероприятий с губернатором и членами правительства области. 	<ul style="list-style-type: none"> • Сайт БелГУ.РФ; • Электронная рассылка; • Университетские аккаунты в социальных медиа; • ТГ-канал «Пегасий»; • Пресс-служба НОЦ «Инновационные решения в АПК»; • Телеграм-канал «Приоритет-2030».
<p>Администрация г. Белгород</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Информирование о значимых для города событиях и достижениях НИУ «БелГУ» (пресс-релизы); • Информационное сопровождение совместных с администрацией города социально значимых проектов; • Включение актуальных инфоповодов в информационную повестку города. 	<ul style="list-style-type: none"> • Сайт БелГУ.РФ; • Электронная рассылка; • Университетские аккаунты в социальных медиа; • ТГ-канал «Пегасий».

Задачи по улучшению коммуникационной деятельности

1. Повышение медиаактивности НИУ «БелГУ»

- Подготовка распоряжения ректора о стимулировании медиаактивности структурных подразделений НИУ «БелГУ» (*включение показателя «медиаактивность» в оценочный лист конкурса профессионального мастерства, назначение ответственных за информационное сопровождение деятельности подразделений и взаимодействие с ДИП*) ор
- Формирование экспертной базы (спикеры/темы) для повышения персонального имиджа ППС, активизации профориентационной работы, продвижения имиджа вуза н /
- Увеличение количества экспертов от вуза в региональных и федеральных СМИ (в т.ч. ресурс Pressfeed)

2. Улучшение внутренних коммуникаций

- Организация встреч ректора и проректоров с коллективом с использованием разных форматов обратной связи (оффлайн-встречи, «открытый микрофон», «ящики для обращений», конкурсы, стримы, ответы на вопросы в чатах)
- Создание типовых гугл-форм со стандартными вопросами (например, что понравилось/не понравилось, что можно изменить и как, идеи/жалобы/пожелания) с возможностью анонимного заполнения после проведения определенных мероприятий и/или внесения каких-либо изменений в деятельность, создать чат-бот, который по ключевым словам будет распознавать и направлять анкету автоматически, чтобы не искать предложения/замечания по диалогам, а обобщать информацию централизованно и оптимизировать затрачиваемое время сотрудников департамента информационной политики.

3. Расширение внешних коммуникаций

- Расширение сотрудничества с федеральными СМИ – сохранить договоры с ТАСС, РИА, Интерфаксом, Коммерсантом, Бел.ру, добавить РБК
- Увеличение количества материалов по медиа-плану Минобрнауки РФ, Приоритет-2030, АНО «Национальные приоритеты!»
- Расширение видеоформатов: создание тематических программ на ЯндексДзен
- Возрождение работы студенческих медиа
- Организация пресс-туров
- Расширение взаимодействия с рекламодателями

Директор департамента информационной политики  В.А.Смирнова

Проректор по административной работе
- руководитель аппарата ректора



В.М.Герашенко