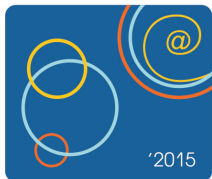


МЕДИАВУЗ



ВСЕРОССИЙСКИЙ ФОРУМ
СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВПО «НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ПРОГРАММА

Всероссийский форум средств массовой информации высших учебных заведений «Медиавуз-2015»

25 ноября 2015 г.

г. Новосибирск

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ КОМИТЕТ

Председатель:

Герасёв Алексей Дмитриевич, д-р биолог. наук, профессор, Почетный работник высшего профессионального образования РФ, ректор ФГБОУ ВПО «НГПУ».

Заместитель председателя:

Алтыникова Наталья Васильевна, канд. пед. наук, доц., проректор по стратегическому развитию ФГБОУ ВПО «НГПУ».

Члены оргкомитета:


- ▶ **Нешумов Сергей Игоревич**, руководитель Департамента информационной политики администрации Губернатора Новосибирской области и Правительства НСО (г. Новосибирск).
- ▶ **Косенчук Сергей Владимирович**, главный редактор Национального образовательного телеканала «Просвещение», руководитель сетевой редакции Международной ассоциации студенческого телевидения (г. Москва).
- ▶ **Харькова Юлия Юрьевна**, заместитель руководителя федерального образовательного проекта «Информационный поток». Куратор направления «PR и SMM» в проекте «Информационный поток» (г. Москва).
- ▶ **Паначук Юлия Борисовна**, руководитель пресс-центра ФГБОУ ВПО «НГПУ».
- ▶ **Архипова Ирина Витальевна**, канд. психол. наук, директор Института рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВПО «НГПУ» (г. Новосибирск).
- ▶ **Харламов Андрей Васильевич**, канд. филос. наук, доц., заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью Института рекламы и связи с общественностью ФГБОУ ВПО «НГПУ» (г. Новосибирск).
- ▶ **Пель Николай Александрович**, директор Института открытого дистанционного образования ФГБОУ ВПО «НГПУ» (г. Новосибирск).

- ▶ **Даниленко Любовь Владимировна**, генеральный директор специализированного маркетингового агентства SMA Speech (специализация — образование, финансы, недвижимость), научный руководитель Центра маркетинговых инноваций в образовании. (г. Санкт-Петербург).
- ▶ **Муронец Ольга Владимировна**, канд. фил. наук, научный сотрудник кафедры рекламы и связей с общественностью факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова (г. Москва).
- ▶ **Евдокимова Елена Вениаминовна**, канд. пед. наук, заведующая кафедрой журналистики Института филологии, массовой информации и психологии ФГБОУ ВПО «НГПУ» (г. Новосибирск).
- ▶ **Катенёва Ирина Геннадьевна**, канд. фил. наук, доц. кафедры журналистики Института филологии, массовой информации и психологии ФГБОУ ВПО «НГПУ» (г. Новосибирск).
- ▶ **Ежова Татьяна Владимировна**, заместитель директора Института рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВПО «НГПУ» по воспитательной и профориентационной деятельности (г. Новосибирск).
- ▶ **Капустина Ольга Виктровна**, канд. пед. наук, директор Института культуры и молодёжной политики ФГБОУ ВПО «НГПУ» (г. Новосибирск).
- ▶ **Рюмина Татьяна Владимировна** канд. псих. наук, доц. кафедры педагогики и психологии, руководитель учебно-производственных практик ФГБОУ ВПО «НГПУ» (г. Новосибирск).
- ▶ **Пичугина Татьяна Борисовна** научный журналист, корреспондент «МК» в Серпухове» и scientificrussia.ru (г. Санкт-Петербург).
- ▶ **Руденок Дмитрий Владимирович**, директор центра информации и связей с общественностью ФГБОУ ВПО «ЮУрГУ» (НИУ) (г. Челябинск).
- ▶ **Печищев Иван Михайлович**, канд. фил. наук, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций ФГБОУ ВПО ПГНИУ, автор дистанционного курса «Визуальные коммуникации. Создание мультимедийного контента» (visualmediaschool.ru) (г. Пермь).

МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ ФОРУМА

*Новосибирский государственный педагогический университет
(г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28).*

ПОРЯДОК РАБОТЫ ФОРУМА

- 9:00–10:00** РЕГИСТРАЦИЯ УЧАСТНИКОВ (*фойе актового зала гл. корпуса*)
- 10:00–10:15** ТОРЖЕСТВЕННОЕ ОТКРЫТИЕ ФОРУМА
- 10:15–11:40** ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ (*актовый зал гл. корпуса*)
- 11:40–12:30** ОБЕД (*столовая НГПУ*)
- 12:30–14:00** РАБОТА СЕКЦИЙ (*интерактивные аудитории гл. корпуса НГПУ № 216, 119, 401, Зал заседаний Уч.Совета*)
- 14:00–14:30** КОФЕ-БРЕЙК
- 14:30–16:30** РАБОТА СЕКЦИЙ (*интерактивные аудитории гл. корпуса НГПУ № 216, 119, 401, Зал заседаний Уч. совета*)
- 16:30–17:00** КОФЕ-БРЕЙК
- 17:00–18:00** ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ И ТОРЖЕСТВЕННОЕ ЗАКРЫТИЕ ФОРУМА (*актовый зал*)
- 

ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ

10:00–11:40

10:00 ОТКРЫТИЕ ФОРУМА

ПАНЕЛЬНАЯ ДИСКУССИЯ

Информационная политика вузов как часть медиапространства региона

Ведущий:

- ▶ **Харламов Андрей Васильевич**, канд. филос. наук, доц., заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью Института рекламы и связи с общественностью ФГБОУ ВПО «НГПУ» (г. Новосибирск).

Спикеры:

- ▶ **Сергей Владимирович Косенчук**, главный редактор Национального образовательного телеканала «Просвещение», руководитель сетевой редакции Международной ассоциации студенческого телевидения (г. Москва).
- ▶ **Наталья Васильевна Алтыникова**, проректор по стратегическому развитию НГПУ (г. Новосибирск).
- ▶ **Сергей Игоревич Нешумов**, руководитель Департамента информационной политики администрации Губернатора Новосибирской области и Правительства НСО (г. Новосибирск).
- ▶ **Любовь Владимировна Даниленко**, генеральный директор специализированного маркетингового агентства SMA Speech, научный руководитель Центра маркетинговых инноваций в образовании. (г. Санкт-Петербург).
- ▶ **Ольга Владимировна Муронец**, канд. фил. наук, научный сотрудник кафедры рекламы и связей с общественностью факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова (г. Москва).
- ▶ **Дмитрий Владимирович Руденок**, директор центра информации и связей с общественностью ФГБОУ ВПО «ЮУрГУ» (НИУ) (г. Челябинск).
- ▶ **Иван Михайлович Печищев**, канд. фил. наук, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций ФГБОУ ВПО ПГНИУ, автор дистанционного курса «Визуальные коммуникации. Создание мультимедийного контента» (visualmediaschool.ru) (г. Пермь).
- ▶ **Юлия Юрьевна Харьковова**, заместитель руководителя федерального образовательного проекта «Информационный поток». Куратор направления «PR и SMM» в проекте «Информационный поток» (г. Москва).

РАБОТА СЕКЦИЙ

12:30–14:00

СЕКЦИЯ 1 МАСТЕР-КЛАСС

Научная журналистика: разработка системы позиционирования научных школ, молодых ученых, студенческих достижений в сети Интернет

Ауд. 119 ИЕСЭН

Ведущая:

Татьяна Борисовна Пичугина, научный журналист, корреспондент «МК» в Серпухове» и scientificrussia.ru (г. Санкт-Петербург).

Программа мастер-класса:

- ▶ Как с помощью популяризации науки продвигать вуз среди абитуриентов, студентов и в СМИ?
- ▶ Как искать научные новости в вузе и как они должны выглядеть?
- ▶ Что такое пресс-релиз о научном открытии, какой для него должен быть повод и зачем он нужен?
- ▶ Разные форматы популяризации науки, в том числе экспериментальные (в он-лайне и офф-лайне, разные форматы медиа, медиа в соцсетях, продвижение сайта вуза с помощью научпопа и пр.).

СЕКЦИЯ 2 ПРЕЗЕНТАЦИЯ


Организация работы современной пресс-службы вуза

Ауд. 216 ИДО

Спикеры:

- ▶ **Наталья Васильевна Алтыникова**, канд. пед.наук, доц., проректор по стратегическому развитию ФГБОУ ВПО «НГПУ» (г. Новосибирск).
- ▶ **Юлия Борисовна Паначук**, руководитель пресс-центра ФГБОУ ВПО «НГПУ».
- ▶ **Сергей Владимирович Косенчук**, главный редактор Национального образовательного телеканала «Просвещение», руководитель сетевой редакции Международной ассоциации студенческого телевидения (г. Москва).
- ▶ **Дмитрий Владимирович Руденок**, директор центра информации и связей с общественностью ФГБОУ ВПО «ЮрГУ» (НИУ) (г. Челябинск).

Программа:

- ▶ Принципы организации пресс-службы университета (на примере пресс-центра НГПУ).
 - ▶ Международная ассоциация студенческого телевидения – МАСТ.
 - ▶ Работа пресс-службы ЮУрГУ-принципы организации ньюс-рума.
 - ▶ Пресс-центр вуза: взаимодействие со СМИ, точка зрения журналиста.
- 

СЕКЦИЯ 3 ОТКРЫТАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ ЛАБОРАТОРИЯ

Вуз как бренд: маркетинговые технологии продвижения

12:30–14:00, Зал заседаний Ученого Совета НГПУ

Спикер:

Любовь Владимировна Даниленко, генеральный директор специализированного маркетингового агентства SMA Speech (специализация – образование, финансы, недвижимость), научный руководитель Центра маркетинговых инноваций в образовании (г. Санкт-Петербург).

Вопросы:

- ▶ Философия образовательного бренда в словах и картинках (кейсы).
- ▶ Проектирование коммуникации образовательного бренда: подъем веса бренда за один маркетинговый подход.
- ▶ Как отобрать технологии продвижения для образовательного бренда: практический подход к эффективности.
- ▶ Жизнь бренда вуза в системе коммуникаций.

СЕКЦИЯ 4 МАСТЕР-КЛАСС

Как снимать для студенческих и не только газет : актуальные темы Сибирской фотожурналистики

Ауд. 401 ФП

Ведущий:

Павел Николаевич Мирошников, член Союза Фотохудожников России, финалист Всероссийского фотопроекта «Best of Russia» (2010, 2011, 2013 гг.), профессиональный видеооператор (г. Новосибирск).

КОФЕ-БРЕЙК

14:00–14:30

РАБОТА СЕКЦИЙ

14:30–16:30

СЕКЦИЯ 3 ОТКРЫТАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ ЛАБОРАТОРИЯ

(продолжение)

Вуз как бренд: маркетинговые технологии продвижения

Зал заседаний Ученого Совета НГПУ

Спикер:

Любовь Владимировна Даниленко, генеральный директор специализированного маркетингового агентства SMA Speech (специализация – образование, финансы, недвижимость), научный руководитель Центра маркетинговых инноваций в образовании (г. Санкт-Петербург).

Вопросы:

- ▶ Имидж, репутация, бренд образовательного учреждения: не подменяя понятия.
- ▶ Время новой высоты высшего образования: образовательный бренд, которого ждут.

СЕКЦИЯ 5 АНАЛИТИЧЕСКАЯ СЕССИЯ

Сайт современного вуза: Веб-аналитика, SEO и Webometrics

Ауд. 119 ИЕСЭН

Модератор:

Жанна Васильевна Уварова, директор рекламного интернет-агентства RUNITA (г. Санкт-Петербург).

Программа:

- ▶ Структура и содержание официального сайта вуза.
- ▶ Веб – аналитика сайта.
- ▶ Технологии продвижения вузовского сайта, система позиционирования.
- ▶ Webometrics: как улучшить место в рейтинге.

СЕКЦИЯ 6 КЕЙС-СЕССИЯ

Вуз в социальной сети

Ауд. 216 ИДО

Модератор:

Андрей Васильевич Харламов, канд. филос. наук, доц., заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью Института рекламы и связи с общественностью ФГБОУ ВПО «НГПУ» (г. Новосибирск).

Спикеры:

- ▶ **Юлия Юрьевна Харькова**, заместитель руководителя федерального образовательного проекта «Информационный поток». Куратор направления «PR и SMM» в проекте «Информационный поток» (г. Москва);
- ▶ **Ирина Головки**, PR-специалист отдела информационного обеспечения государственной молодежной политики Управления молодежной политики Администрации Новосибирской области (г. Новосибирск);
- ▶ **Артём Чучакин**, руководитель SMM-агентства «Идея Нова» (г. Новосибирск);
- ▶ **Екатерина Поддячая**, старший преподаватель кафедры рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВПО «НГПУ» (г. Новосибирск).

Вопросы для обсуждения:

- ▶ Стратегия присутствия вуза в социальных сетях.
- ▶ Контентная политика вуза в социальных медиа.
- ▶ Репутационные риски вуза в пространстве социальных сетей.
- ▶ Работа с абитуриентами и выпускниками через социальные медиа.
- ▶ Сетевая педагогика: взаимодействие студентов и преподавателей в социальных сетях.
- ▶ Критерии эффективности коммуникации вуза с целевыми аудиториями в социальных медиа.

СЕКЦИЯ 7 КРУГЛЫЙ СТОЛ

Печатные и электронные вузовские СМИ: как интересно писать, снимать и «упаковывать» события

Ауд. 401 ФП

Модератор:

- ▶ **Катенёва Ирина Геннадьевна**, канд. фил. наук, доц. кафедры журналистики Института филологии, массовой информации и психологии ФГБОУ ВПО «НГПУ» (г. Новосибирск).

Спикеры:

- ▶ **Ольга Владимировна Муронец**, канд. фил. наук, научный сотрудник кафедры рекламы и связей с общественностью факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова (г. Москва).
- ▶ **Дмитрий Владимирович Руденок**, директор центра информации и связей с общественностью ФГБОУ ВПО «ЮУрГУ» (НИУ) (г. Челябинск).
- ▶ **Иван Михайлович Печищев**, канд. фил. наук, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций ФГБОУ ВПО ПГНИУ, автор дистанционного курса «Визуальные коммуникации. Создание мультимедийного контента» (visualmediaschool.ru) (г. Пермь).
- ▶ **Ирина Александровна Снегирева**, редактор «Медицинской газеты», НГМУ (г. Новосибирск).
- ▶ **Владимир Чубаров**, редактор газеты «Университетская жизнь» НГУ (г. Новосибирск).
- ▶ **Кирилл Воробьёв**, студент кафедры журналистики Института филологии, массовой информации и психологии НГПУ, телеведущий ГТРК-Новосибирск (г. Новосибирск).

Вопросы для обсуждения:

- ▶ Подготовка журналистских кадров в условиях реального медиапроизводства.
- ▶ Как учитывать интересы и потребности разноформатной целевой аудитории вузовских СМИ (абитуриенты, студенты, преподаватели, сотрудники университета).

- ▶ Принципы формирования информационной картины дня в вузовских СМИ: отражение событий или создание имиджа?
- ▶ Способы визуализации информации в формате печатных и электронных вузовских СМИ.
- ▶ Опыт создания конвергентных и мультимедийных редакций на базе университета.

КОФЕ-БРЕЙК

16:30–17:00

ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ КОНФЕРЕНЦИИ (общее пленарное заседание)

Актальный зал НГПУ, 17:00–18:00

Ведущая:

Наталья Васильевна Алтыникова, канд. пед. наук, доц., проректор по стратегическому развитию ФГБОУ ВПО «НГПУ» (г. Новосибирск).

ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ РАБОТЫ СЕКЦИЙ.

Руководители и участники секций.

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ И ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗОЛЮЦИИ ФОРУМА.

Наталья Васильевна Алтыникова, канд. пед. наук, доц., проректор по стратегическому развитию ФГБОУ ВПО «НГПУ» (г. Новосибирск).

17:30 ТОРЖЕСТВЕННОЕ ЗАКРЫТИЕ И ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ ФОРУМА.

ГЛОССАРИЙ

- ▶ **Аватар** (англ. avatar) – фото или другое графическое изображение, которое используется в учетной записи пользователя для персонализации, самовыражения, облегчения узнавания и поиска владельца аккаунта. Также используются синонимы термина: аватара, ава, авка, аватарка, юзерпик (англ. user picture).
- ▶ **Аккаунт** (account – в переводе с английского счет; часто используются термины – учетная запись, профиль, акк) – запись, которая содержит набор определенных сведений, передаваемых пользователем какой-либо компьютерной системе.
- ▶ **Брендбук** (Brand Book) – документ, в котором содержится свод правил по использованию фирменного стиля бренда. В мировой практике данный документ также называют гайдлайном, а брендбуком принято называть свод положений о миссии, философии бренда, его основных ценностях.
- ▶ **Вирусным маркетингом** в интернете называют создание и размещение медиавирусов – оригинальных видеороликов, flash приложений или другого интересного пользователям контента. Его принцип базируется на добровольном распространении информации людьми среди своих знакомых в сети.
- ▶ **Воркшоп** – коллективное обучающее мероприятие, участники которого получают новые знания и навыки в процессе динамической групповой работы.
- ▶ **Инновационная площадка** – организация-партнер по реализации образовательных программ, на базе осуществляется выполнение научно-исследовательских и инновационных проектов.
- ▶ **Кейс-метод** – метод конкретных ситуаций или метод ситуационного анализа, техника обучения, использующая описание реальных экономических, социальных и образовательных ситуаций для выбора оптимального решения.
- ▶ **Комьюнити** – это группа людей с близкими интересами, которые общаются через Интернет друг с другом. Термин происходит от английского слова community (сообщество). На сегодняшний день в сети есть много возможностей для организации комьюнити: социальные сети, форумы, блоги и другие социальные ресурсы.
- ▶ **Конверсия** – это отношение числа посетителей сайта, выполнивших на нём какие-либо целевые действия (скрытые или прямые указания рекламодателей, продавцов, создателей контента – покупку, регистрацию, подписку, посещение определённой страницы сайта, переход по рекламной ссылке), к общему числу посетителей сайта, выраженное в процентах.

- ▶ **Контекстная реклама** – один из эффективных способов продвижения сайта, основанный на размещении платных рекламных текстовых объявлений на свой сайт на тематических партнерских площадках, а также на первых страницах выдачи поисковых систем по конкретным ключевым запросам.
- ▶ **Контент-менеджер** – специалист по созданию, распространению и курированию контента, редактор сайтов. В обязанности контент-менеджера входит наполнение сайта текстовой, графической и другими видами информации, полезной и удобной для восприятия выбранной целевой группой
- ▶ **Мастер-класс** – форма проведения обучающего тренинга-семинара для отработки практических навыков по различным методикам и технологиям с целью повышения профессионального уровня и обмена передовым опытом участников, расширения кругозора и приобщения к новейшим областям знания.
- ▶ **Медиавирус** (англ. media virus) – термин, введённый американским специалистом в области средств массовой коммуникации (СМК) Дугласом Рашкоффом для обозначения медиасобытий (где медиа – имитация соответствующего английского термина, означающего в переводе на русский язык средства коммуникации), вызывающих прямо или косвенно определённые изменения в жизни общества.
- ▶ **Модератор** – специалист, организующий профессиональное общение во время международных встреч, научных конференций, бизнес-конференций, панельных дискуссий.
- ▶ **Пресс-кит** (англ. press kit – комплект для прессы) — это комплект нескольких текстовых, аудио и визуальных документов, в которых содержится подробная информация о проекте, организации или событии. Пресс-кит является одним из основных маркетинговых и PR документов для прессы и контрагентов, так как он содержит в себе несколько видов PR-материалов.
- ▶ **Пресс-релиз** - публикация статьи-заметки для электронных СМИ о недавно произошедшем событии в компании (введение скидок, новых услуг, релиации о достижениях на рынке и др.).
- ▶ **Семантическим ядром сайта** называется перечень слов и словосочетаний, которыми описывается его тематика и направленность. На основе семантического ядра формируется стратегия продвижения. В конечном итоге СЯ во многом обеспечивает результативность продвижения, помогает получить целевых посетителей.
- ▶ **Сниппет** (в переводе с английского snippet – отрывок, часть) – это фрагмент текста страницы веб-сайта, наиболее релевантный запросу пользователя, в выдаче поисковой системы размещается под ссылкой на ресурс. Он сообщает посетителю, какую информацию тот получит, перейдя по данному линку.

- ▶ **Спикер** – докладчик на конференции, участник панельной дискуссии.
- ▶ **Форсайт-сессия** – технология, которая позволяет кругу лиц, которые участвуют в сессии, договориться по поводу образа будущего, своих действий по поводу этого будущего, и своего желаемого будущего.
- ▶ **Юзабилити** – наука, определяющая степень производительности, удовлетворенности и результативности, с которыми продукт может применяться пользователями в конкретных условиях для достижения заданных целей. В процессе раскрутки сайта уровень юзабилити интерфейсов оказывает влияние на конвертацию посетителей ресурса в покупателей.
- ▶ **Яндекс.Метрика** – бесплатный сервис для раскрутки сайта, позволяющий анализировать его посещаемость, эффективность рекламных кампаний, поведение посетителей и другие параметры. Чтобы получить код счетчика достаточно зарегистрироваться или авторизоваться на странице metrika.yandex.ru (подходят логин и пароль от почты Яндекса), перейти в раздел «Мои счетчики» и выбрать «Добавить счетчик». Для установки полученного кода его необходимо разместить на каждой странице сайта максимально близко к ее началу внутри тегов `body`.
- ▶ **Google Analytics** – это бесплатный аналитический ресурс от поисковой системы Google, мировой лидер среди счетчиков статистики (по разным оценкам, установлен на каждом втором сайте). Чтобы воспользоваться данным инструментом, необходимо пройти регистрацию с использованием почтового аккаунта gmail, логин и пароль к которому требуются для входа в систему. В процессе регистрации заполняются поля стандартной формы – URL ресурса, название аккаунта, страна проживания, часовой пояс и ФИО – с последующим получением кода счетчика для добавления на сайт. Первые данные будут доступны через 24 часа.
- ▶ **Social media marketing (SMM)** – процесс привлечения трафика или внимания к бренду или продукту через социальные платформы. Это комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения компаний и решения других бизнес-задач.