

РЕШЕНИЕ

Ученого совета по вопросу «Отчёт о работе Управления информационной политики»

25.06.2025

Заслушав и обсудив выступление начальника Управления информационной политики (далее - УИП), Учёный совет отмечает следующее:

1. УИП осуществляет свою деятельность по следующим основным направлениям:

- Взаимодействие со СМИ по основной событийной повестке университета.
- Ведение официальных аккаунтов вуза ВКонтакте и Телеграм, сопровождение каналов ректора.
- Информационное сопровождение официальной новостной ленты сайта университета.
Взаимодействие с Минобрнауки РФ, ФГАНУ «Социоцентр» по информационному сопровождению «Приоритет-2030», ПИШ и др.
- Спичрайтинг (выступления, обращения).
- Антикризисный PR (работа с негативом, проработка возражений, восстановление репутации).
- Участие в подготовке ключевых презентаций.
- Официальные поздравительные адреса.
- Спецпроекты (ежегодный журнал ко Дню выпускника ТУСУРа календари с молодёжной тематикой, спортивной тематикой).
- Обеспечение фотосъемки ключевых мероприятий.

2. В работе УИП достигнуты следующие результаты:

2.1. По направлению «Взаимодействие со СМИ»:

- С 2021 года ТУСУР, согласно официальному мониторингу СКАН-ИНТЕРФАКС, был упомянут в СМИ более 29 тысяч раз. Отмечается ежегодный рост упоминаний и охватов в СМИ: так, на первое полугодие 2025 г. количество упоминаний составило 4 757, тогда как за весь 2021 год – 3 988.
- В ТОП-10 инфоповодов за последние годы (по охвату и уровню заметности) вошли следующие темы: «В России выдан патент на первый отечественный геномный принтер»; «ТУСУР и Университет Решетнева будут совместно готовить кадры для космической отрасли»; «Дмитрий Чернышенко: Система передовых инженерных школ охватит 50 вузов в 23 российских регионах»; «В Томске открылся Российский чемпионат по робототехнике и ИИ “РобоКап”»; «Первый в России вузовский Центр компетенций в сфере кибербезопасности откроется в Томске» и др.
- В целом, публикуемая информация о ТУСУРе затрагивает такие укрупненные темы как: «Наука и технологии», «Образование», «Политика и государство», «Социальные вопросы» и др.
- Основные источники – СМИ, в которых публикуется информация о ТУСУРе, включают агентства: «РИА Томск», «ИТАР-ТАСС», «Интерфакс», информационные порталы: «Томск.ру», «Томский обзор», «Интернет-газета», издания: «Аргументы и факты», «Комсомольская правда», «Московский комсомолец», а также ВГТРК ГТРК «Томск» и др.

2.2. По направлению «Ведение официальных аккаунтов вуза»:

- За последние месяцы была существенно пересмотрена работа с аккаунтами ТУСУРа в социальных сетях с целью определения и привлечения целевой аудитории, заинтересованной в продолжении диалога: были включены комментарии, активно поддерживается обратная связь с аудиторией для выявления запросов и актуальной

повестки; добавлены новые рубрики, истории в ВК и Telegram; настроено более оперативное оповещение о событиях жизни вуза для использования социальных сетей как инструмента для отработки информационных угроз.

- За 2,5 месяца на 75% увеличилось количество посещений сообщества вуза ВКонтакте. Сами записи стали просматривать на 69% активнее. Темпы роста сообщества увеличились на 52%. За указанный период в сообщество вступили более 500 человек. На 25% выросли охваты записей в целом.

2.3. По направлению «Информационное сопровождение официальной новостной ленты сайта»:

- Ежемесячно в разделе «Лента новостей» официального интернет-портала tusur.ru выходит 60-70 новостей, анонсов.
- Среди ключевых тем информационных сообщений, которые размещаются в новостной ленте: «Приемная кампания», «Мероприятия для студентов», «Научные, мероприятия, конференции», «Спорт», «Предпринимательство», «Победители конкурсов», «Год защитника Отечества», «Разработки», «Визиты в ТУСУР, подписания соглашений», «Инфраструктура», «Социальная жизнь», «Рейтинги», «Выпускники».

3. С какими сложностями сталкивается УИП и какие решения предлагает:

УИП в своей деятельности руководствуется требованиями Минобрнауки РФ, поскольку одним из факторов оценки эффективности коммуникационной политики вуза является М-рейтинг, который был запущен Минобрнауки РФ в 2021 году. Управление работает над улучшением позиций вуза в рейтинге, однако необходима единая коммуникационная стратегия вуза, которой бы руководствовались и подключались все подразделения ТУСУРа. УИП предлагает разработать стратегию по сформированному техническому заданию с привлечением внешних экспертов и согласованием на Ученом совете ТУСУРа. Единая коммуникационная стратегия необходима для формирования системы эффективных коммуникаций, работы с ключевыми стейкхолдерами, роста лояльности к бренду университета.

Также для решения вышеупомянутых задач необходимо привести структуру УИП в соответствие с требуемой Минобрнауки РФ.

Для повышения эффективности деятельности по направлениям УИП, поиска новых точек роста и улучшения информационного пространства также предлагается:

По направлению «Взаимодействие со СМИ»:

- Развивать научно-популярный контент, сформировать пул экспертов.
- Необходим бюджет на массовую рассылку новостей для абитуриентов по мелким региональным СМИ.
- Ставка ТУСУРа на информационные агентства оправдалась, по этому же пути идут ведущие вузы, но надо больше работать с ключевыми для абитуриентской кампании регионами.
- Перед крупными мероприятиями, особенно с абитуриентами, активировать работу с региональными СМИ, на случай наличия победителей из этих регионов.

По направлению «Ведение официальных аккаунтов вуза»:

- Решить вопрос с системным обеспечением видео и графического контента для реализации принципов адаптивной стилистики коммуникаций, учитывающей особенности различных целевых аудиторий, и стабильного роста подписчиков.
- Бюджет на таргет, чтобы начать работу по трансферу подписчиков из заброшенного сообщества ВК и на посеvy, чтобы иметь возможность заявить о наших площадках

в более крупных сообществах ВК и Telegram – для расширения географии присутствия в социальных медиа.

По направлению «Информационное сопровождение официальной новостной ленты сайта»:

- Связаться с создателями М-Рейтинга для уточнения актуальной методики.
- Предусмотреть возможность создания тематических разделов.
- Предоставить УИП возможность создавать и редактировать раздел новости.

УЧЕНЫЙ СОВЕТ РЕШИЛ:

1. Отчет об итогах работы Управления информационной политики (УИП) не принят.

2. Разработать и утвердить на заседании Ученого совета стратегию развития информационной политики ТУСУРа (Ответственный – начальник УИП Рахманина Н.В. Срок исполнения – до 31.12.2025).

3. В соответствии с Положением о структурном подразделении УИП и должностными инструкциями сотрудников, включающими обязательства по работе со СМИ, соц. сетями и сайтом ТУСУРа, закрепить ответственность за достижение показателя М-рейтинга за УИП (Ответственный – начальник УИП Рахманина Н.В.).

4. Представить план мероприятий на период до 01.12.2026 по повышению показателя позиция ТУСУРа в М-рейтинге (Ответственный – начальник УИП Рахманина Н.В. Срок исполнения – до 15.09.2025).

5. Обеспечить достижение показателя – позиция ТУСУРа в М-рейтинге – не ниже 50 позиции (Ответственный – начальник УИП Рахманина Н.В. Срок исполнения – до 31.12.2026).

6. Разработать совместно с подразделениями вуза медиаплан работы в СМИ, соц. сетях по продвижению официального сайта ТУСУРа на позицию не ниже 50 (Ответственный – начальник УИП Рахманина Н.В. Срок исполнения – до 15.09.2025).

7. Систематизировать редакционную работу с сайтом ТУСУРа и обеспечить не реже одного раза в месяц размещение и обновление актуальной информации на сайте вуза на 2025-2026 учебный год (Ответственный – начальник УИП Рахманина Н.В. Срок исполнения – до 15.09.2025).

Председатель Ученого совета

В.М. Рулевский

Ученый секретарь совета

Е.В. Прокопчук