



# XII форум RAEX «Будущее высшей школы»

Опыт ребрендинга Университета МИСИС:  
от формирования позиционирования  
до продвижения обновленного бренда

Юлия Шальнева  
Директор по маркетингу  
и коммуникациям НИТУ МИСИС

19 июня 2024 г.  
Москва



# Задача проведения ребрендинга

25-26 октября 2019 года Советом по повышению конкурентоспособности ведущих университетов Российской Федерации была дана рекомендация:



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ  
И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



ПРОЕКТ ПОВЫШЕНИЯ  
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ  
ВЕДУЩИХ РОССИЙСКИХ УНИВЕРСИТЕТОВ  
СРЕДИ ВЕДУЩИХ МИРОВЫХ  
НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ

«Уделить внимание обновлению позиционирования университета и его брендированию как глобального лидера в области наук и технологий с акцентом на имеющиеся конкурентные преимущества. Следует четко обрисовать конкурентную нишу на фоне других российских лидеров и мировых университетов. Провести оценку возможностей и рисков смены позиционирования университета в соответствии с его актуальными целями и задачами, в том числе в рамках его позиционирования на международной арене».

# Выбор исполнителя

## Проведен комплексный анализ предложений среди ТОП-10 брендинговых агентств рынка:

- ТОП-10 агентствам рейтинга рекламных агентств России (РАРР) в категории «Брендинг» за 2019-2020 гг. были направлены официальные письма с запросом коммерческого предложения на выполнение работ по ребрендингу НИТУ «МИСиС», в том числе по разработке позиционирования бренда университета, бренд-платформы и бренд-бука с целью обеспечения узнаваемости бренда в России и за рубежом.
- Критерии учета и система оценки коммерческих предложений:

№	Наименование критерия (показателя)	Количество баллов	Значимость в процентах
1	Цена договора	100	30%
2	Наличие квалифицированного персонала для выполнения работ	100	30%
3	Опыт выполнения работ для российских государственных организаций и для российских образовательных учреждений высшего образования	100	40%

- Получено 5 коммерческих предложений от 10 брендинговых агентств и проведена оценка по критериям.
- В результате проведенной оценки лидером стало агентство DDVB. Это ведущее российское брендинговое агентство полного цикла. DDVB реализовало более тысячи успешных проектов по брендингу для крупных клиентов, выиграло более 100 наград престижных международных и национальных фестивалей, закрепилось в ТОП-10 агентств в категории «Брендинг» по версии РАРР. Среди клиентов агентства DDVB: Газпром Экспорт, группа компаний Татнефть, Росконгресс, Единая Россия, Сбербанк, Ингосстрах, Норильский никель (ГМК), Лукойл, Уралкалий, Сибнефть, РУСАЛ, Билайн и другие.

**18 декабря 2020 года единогласным решением Наблюдательного совета согласовано осуществление закупки на выполнение работ по ребрендингу НИТУ «МИСиС» у агентства DDVB.**

# Рабочая группа по ребрендингу

Сформирована рабочая группа, состоящая из:

- Ректора НИТУ МИСИС
- Проректоров
- Директоров институтов
- Начальников управлений, задействованных в работе с брендом (УМиК, УМУ, УКиСП)
- Директора Центра профнавигации и приема
- Директора Центра стратегических инициатив
- Директора по стратегическому развитию
- Начальника управления культуры и молодежной политики

Члены рабочей группы принимали участие в каждом этапе исполнения договора.

Всего проведено **7 совместных заседаний** членов рабочей группы и представителей DDVB.

Проведено **2 фокус-группы** с представителями студактивов всех институтов университета по тестированию вариантов нового логотипа.

# Ребрендинг: этапы выполнения работ

Этап	Подготовка и анализ	Разработка бренд-платформы	Нейминг университета и институтов	Разработка логотипа	Разработка фирменного стиля
Работы	<ul style="list-style-type: none"> <li>Анализ рынка</li> <li>Анализ конкурентов</li> <li>Глубинные интервью с директорами институтов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Оценка существующей платформы бренда</li> <li>Оценка материалов со страт. сессии НИТУ «МИСиС»</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Новый нейминг: Университет науки и технологий «МИСИС»</li> <li>Институты:               <ul style="list-style-type: none"> <li>Горный институт</li> <li>Институт новых материалов</li> <li>Институт экономики и управления</li> <li>Институт технологий</li> <li>Институт компьютерных наук</li> <li>Институт базового образования</li> <li>Институт развития</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Предложено 4 варианта нового логотипа</li> <li>Проведены 2 этапа обсуждения</li> <li>Проведено голосование</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Разработка элементов фирменного стиля</li> <li>Разработка примеров использования фирменного стиля на разных носителях</li> <li>Фирстиль институтов</li> </ul>
Результат	<ul style="list-style-type: none"> <li>Разработана структура семейства брендов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Обновлена бренд-платформа (позиционирование, идея, мировоззрение, миссия, амбиции, ценности, преимущества, характер и нарратив бренда)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Выбран новый логотип на основе голосования</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Разработан новый бренд-бук на основе утвержденного логотипа</li> </ul>
Согласование	<ul style="list-style-type: none"> <li>Члены рабочей группы</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Члены рабочей группы</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Нейминг университета согласован членами рабочей группы</li> <li>Нейминг институтов согласован директорами институтов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Члены рабочей группы</li> <li>Представители студсовета</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>УМиК</li> <li>Директора институтов (в части фирстиля институтов)</li> </ul>

# Работа над новым позиционированием университета

- Стратегическая сессия с ректоратом университета по выявлению УТП
- Глубинные интервью с представителями ППС и АУП
- Выявление инсайтов ключевых ЦА: опрос абитуриентов, студентов, выпускников и пр.
- Конкурентный и SWOT-анализы
- Исследование по узнаваемости бренда



# Определение конкурентной ниши НИТУ МИСИС

- Лидерство в технологиях материалов: широкий класс материалов, фундаментальные знания о материалах, технологиях их получения и методах исследования. Конкуренты занимают фрагментарные ниши (МАИ – материалы для авиационной техники, МГТУ им. Баумана – композиционные материалы и пр.).
- Наличие исследований и технологий полного цикла (вся технологическая цепочка - от добычи ресурсов до продукции с высокой добавленной стоимостью).
- Обеспечение технологического суверенитета экономики страны базовых ресурсных отраслей.
- Гибкость – смело осваиваем новые ниши, опираясь на фундаментальные знания о материалах, методы исследований и технологии получения (квантовые технологии, материаловедение в области биомедицины, биоинженерию, Big Data и пр.).



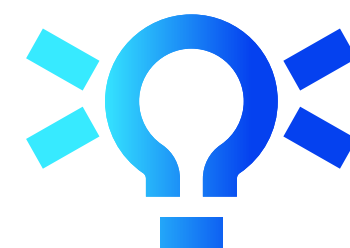
# SWOT-АНАЛИЗ

## Сильные стороны



- Традиции и история
- Лидерство в материаловедении
- Лидерство в технологиях
- Национальное лидерство для ГК
- Развитая научная инфраструктура
- Студент прежде всего
- Персонификация образования
- Цифровые сервисы и автоматизация
- Тесное взаимодействие с партнерами
- Высокий уровень трудоустройства
- Узнаваемость бренда значительно выросла за период участия в Проекте 5-100

## Возможности



- Полное закрытие ниши в материаловедении и технологиях материалов
- Развитие внутренних и внешних коллабораций
- Позиционирование относительно новых (не исторических) направлений
- Создание и развитие мощного блока по гуманитарным направлениям
- Привлечение молодых специалистов, экспертов из бизнеса, ведущих преподавателей, ученых с мировым именем
- Занять нишу ведущего предпринимательского вуза страны

## Слабые стороны



- Отсутствие военной кафедры
- Запоздалый отказ от не востребовавшихся научно-образовательных направлений
- Обещания не всегда соответствуют реальности
- Бренд все еще ассоциируется в сознании потребителя с металлургическим институтом
- Снижение значимости традиционных отраслей – падение интереса абитуриентов к программам Института технологий и Горного института
- Низкие позиции по качеству образования относительно науки
- Отсутствие прозрачных и быстрых бизнес-процессов, сложные конкурсные процедуры

## Угрозы




- Нестабильное финансирование
- Переманивание/отток успешных и перспективных научных коллективов/ППС, в т.ч. РАН
- Санкционная политика в области закупки оборудования
- Несвоевременная адаптация к потребностям общества
- Снижение интереса к классическому высшему образованию
- Рынок активно завоевывают новые игроки: онлайн-платформы, корпоративные университеты, Ed-tech компании



# КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

2022 Рейтинг QS «Материаловедение»	<b>№1</b> позиция в России	2021 Технологии материалов RAEX	<b>№1</b> позиция в России
2022 Рейтинг QS «Инжиниринг – горное дело»	<b>ТОП-30</b> позиция в мире	2021 Геология RAEX	<b>№4</b> позиция в России
2021 Рейтинг ARWU «Инжиниринг – Metallургия»	<b>ТОП-75</b> позиция в мире	2021 Машиностроение и робототехника RAEX	<b>№5</b> позиция в России
2022 Рейтинг QS «Материаловедение»	<b>ТОП-100</b> позиция в мире	2021 Нефтегазовое дело RAEX	<b>№4</b> позиция в России
		2021 Физика RAEX	<b>№10</b> позиция в России
		2021 Рейтинг «Мониторинг качества приема», среди технических вузов	<b>№4</b> позиция в России
		Huawei ICT	<b>№10</b> позиция в мире
		SuperJob, зарплаты в области ИТ	<b>№10</b> позиция в России



**Университет  
МИСИС — ЭТО...**

# Университет МИСИС — это...

**ВОЗМОЖНОСТИ**

самореализация

**наука**

друзья

**будущее**

движение вперед

развитие

знания

**ТЕХНОЛОГИИ**

современность

**ИННОВАЦИИ**

**ВДОХНОВЕНИЕ**

таланты

мечты

**счастье**

цифровизация



**МИСИС**  
УНИВЕРСИТЕТ

# Эволюция бренда

1962

Московский  
институт стали  
и сплавов

МИСиС



2008

Национальный  
исследовательский  
технологический  
университет «МИСиС»

НИТУ «МИСиС»



2022

Университет науки  
и технологий МИСИС

Университет МИСИС



# Позиционирование кто мы?

Университет науки и технологий  
МИСИС — ведущий научно-  
образовательный центр страны  
в области создания, внедрения  
и применения новых технологий  
и материалов





# Бренд-платформа

# Миссия бренда

## Наша роль в этом мире

Создавать новации и растить новаторов, закладывать основы прогресса для счастливого будущего

Мы формируем и развиваем **уникальную научно-образовательную среду**, позволяющую Университету МИСИС **создавать новации и растить новаторов**.

Мы не только обладаем **одной из самых передовых в мире научно-исследовательских баз**, но и **обеспечиваем необходимый контекст для ежедневной работы с новым** на всех уровнях: научном, технологическом, образовательном, организационном, культурном.



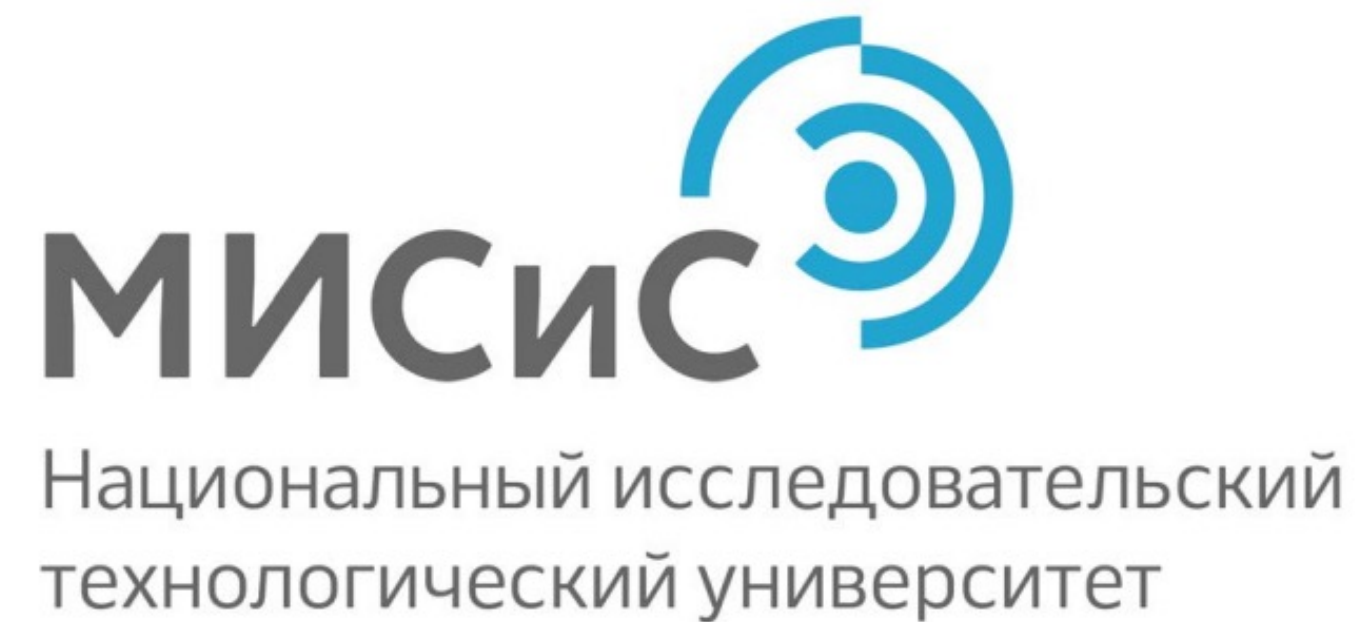
# Ценности бренда

- СОЗДАВАТЬ БУДУЩЕЕ
- ДЕЛАТЬ МИР ЛУЧШЕ
- РАБОТАТЬ ВМЕСТЕ
- ВИДЕТЬ ГЛОБАЛЬНО
- ДЕЙСТВОВАТЬ СМЕЛО





# Визуальная эволюция бренда



## Было

Капля стали, упавшая  
в расплавленный металл



## Стало

Портал в будущее, в МИР МИСИС,  
где создаются новые технологии  
и материалы

**Сохраняя историческую преемственность, новый фирменный стиль стал ярче, динамичнее, актуальнее.**

# Бренд-бук

# Создание бренд-бука

## I этап

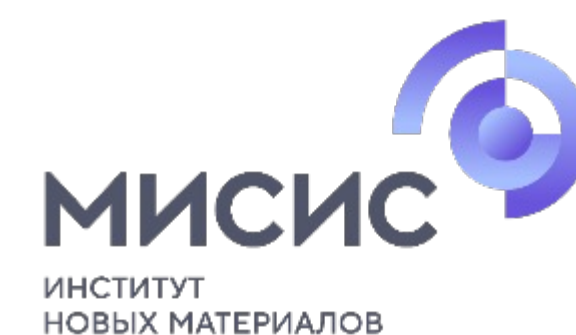
Выполнение работ по проведению комплексного анализа исходных предпосылок для обновления бренд-платформы и позиционирования НИТУ «МИСиС»

- Проведение установочной рабочей встречи с представителями заказчика НИТУ «МИСиС».
- Оценка существующей бренд-платформы на предмет сохранения, изменения и добавления смыслов и формулировок.
- Оценка материалов Заказчика, содержащих информацию о результатах стратегической сессии.
- Обновление бренд-платформы НИТУ «МИСиС» – формулирование ключевых стратегических тезисов бренда.

## II этап

Разработка названий для институтов НИТУ «МИСиС» согласно утвержденной бренд-платформе университета.

- Проведение установочных рабочих встреч (глубинных интервью) с целью обсуждения приоритетных направлений для создания названий университета и институтов.
- Анализ актуальных тенденций в нейминге, в том числе в сфере науки и образования.
- Анализ полученной информации по результатам глубинных интервью.
- Создание и презентация Заказчику не менее 2 (двух) названий для каждого из институтов на русском и английском языках, которые будут разработаны по одному принципу под утвержденный зонтичный бренд.
- Предложенные названия институтов НИТУ «МИСиС» согласовываются с представителями Заказчика, включая директоров институтов.
- Подрядчик формирует архитектуру портфеля брендов/названий, которая определяет роли торговых марок/названий и взаимоотношения между ними для обеспечения эффекта синергии, а также готовит рекомендации по ко-брендингу (университет-институты, университет-ведущие подразделения).



## III этап

Разработка визуальной идентификации бренда и слогана согласно утвержденной бренд-платформе

- Разработка визуальной концепции бренда (фирменного блока/логотипа на русском и английском языках) и презентация на согласование Заказчику не менее 3 (трех) равнозначных вариантов (один преемственный вариант и два новых).
- Разработка визуальной идентификации названий институтов, разработанных Подрядчиком в предыдущем этапе.
- Доработка визуальной концепции бренда (фирменного блока/логотипа на русском и английском языках) по комментариям представителей Заказчика.
- Разработка слогана на русском и английском языках.
- Проверка слогана на тождество и сходство по «открытой» базе Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам по классам 09, 16, 25, 35, 41, 42.

## IV этап

Разработка бренд-бука – руководства по использованию логотипа НИТУ «МИСиС», включающего правила и принципы применения базовых и стилеобразующих элементов фирменного стиля

- Разработка раздела базовых и стилеобразующих элементов идентификации (основ бренд-бука)
- Цветовых решений фирменного блока
- Визуальных решений по ко-брендингу, включая визуальную дифференциацию институтов, подразделений, филиалов
- Разработка базовых и дополнительных цветов
- Графическое решение слогана в привязке к логотипу зонтичного бренда
- Предложение шрифтового сета (основных и дополнительных шрифтов) и правил типографики
- Разработка стилеобразующих элементов: пиктограмм, паттернов, иконок и т.п.
- Создание раздела деловой документации на русском и английском языках
- Разработка раздела стиля изображений
- Разработка раздела печатной продукции
- Разработка раздела сувенирной продукции на русском и английском языках
- Разработка раздела электронных носители web и видео
- Разработка раздела оформления экстерьера
- Разработка раздела оформления интерьера

ВИДЕТЬ  
ГЛОБАЛЬНО

**Я НОВАТОР**      ДЕЛАТЬ МИР  
ЛУЧШЕ

В ОСНОВЕ ЛУЧШЕГО БУДУЩЕГО



МИСИС  
УНИВЕРСИТЕТ

Я ИССЛЕДОВАТЕЛЬ      ДЕЙСТВОВАТЬ  
СМЕЛО

ФОРМИРУЯ      Я УЧЕНЫЙ  
РЕАЛЬНОСТЬ      Я СОЗДАЮ  
БУДУЩЕЕ

БУДУЩЕЕ – СЕЙЧАС




## Коммуникационная кампания по запуску ребрендинга, 2022-2023 г.

Маркетинговый инструмент	Площадка	Целевые аудитории	Период продвижения
Маркетинговое исследование по бренду	Замер узнаваемости бренда с подсказкой и без, восприятие разными целевыми аудиториями, ассоциации	Студенты, абитуриенты, родители (35-55), сотрудники вузов, широкая общественность	август 2022 г.
Пакет материалов, посвященный обновленному бренду	Официальный сайт misis.ru	Все	сентябрь 2022 г.
Контент профиля страниц университета в соцсетях, разъяснительная мотивационная кампания на страницах университета в соцсетях и мессенджерах	Официальные соцсети Университета МИСИС	Все	сентябрь 2022 г.
Direct-mail рассылки	E-mail, Директум	Студенты, сотрудники, выпускники	сентябрь 2022 г.
Оформление пространств университета в новом бренде (бренд-воллы, баннеры, флаги, афиши)	Кампус университета	Студенты, сотрудники	август – сентябрь 2022 г.
PR-кампания по продвижению обновленного бренда	Рассылка пресс-релиза про ребрендинг по пулу СМИ, питчинг отобранных изданий	Широкая общественность	сентябрь 2022 г.
Имиджевый видео-ролик	Социальные сети, интернет-СМИ	Абитуриенты, студенты, бизнес-сообщество, академическое сообщество	октябрь-ноябрь 2022 г.
Рекламная кампания приемной кампании	Образовательные сайты, таргетированная и медийная реклама и пр.	Абитуриенты	2022-2023 гг.
Спецпроекты в федеральных и специализированных СМИ	РБК, Коммерсант, N+1	Широкая общественность, бизнес- и академическое сообщество	октябрь-ноябрь 2022 г.
Вывески на зданиях кампуса	Кампус университета (Ленинский проспект)	Широкая общественность	2023-2024 гг.
Участие в выставках и конференциях	ММСО, ВУЗПРОМЭКСПО, Металлэкспо, Иннопром и пр.	Академическое и бизнес-сообщество, органы власти	2022-2023 гг.
Фестиваль «МИР МИСИС	Кампус университета	Выпускники, студенты, сотрудники, гости праздника	Июнь 2023 г.



**Обновленный бренд  
и новый фирменный  
стиль — это наш сигнал  
целевым аудиториям  
о том, что университет  
движется вперед,  
отвечая на вызовы  
времени**





**Продвижение  
образовательного  
и научного  
брендов**

# ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ

УМИК\*

## Цель

Продвижение бренда Университета МИСИС, образовательных программ и научных разработок вуза среди различных целевых групп

## Задачи

- Позиционирование НИТУ МИСИС как ведущего технического университета России по профильным направлениям разработок, продвижение бренда вуза
- Продвижение образовательных программ и НИОКР университета для различных сегментов ЦА с ключевым рекламным сообщением для каждой
- Формирование и укрепление лояльности ЦА к университету, развитие чувства гордости за достижения НИТУ МИСИС в сфере образования и науки
- Развитие корпоративной культуры бренд-амбассадоров среди внутренних и внешних целевых групп

\*УМИК – управление маркетинга и коммуникаций НИТУ МИСИС

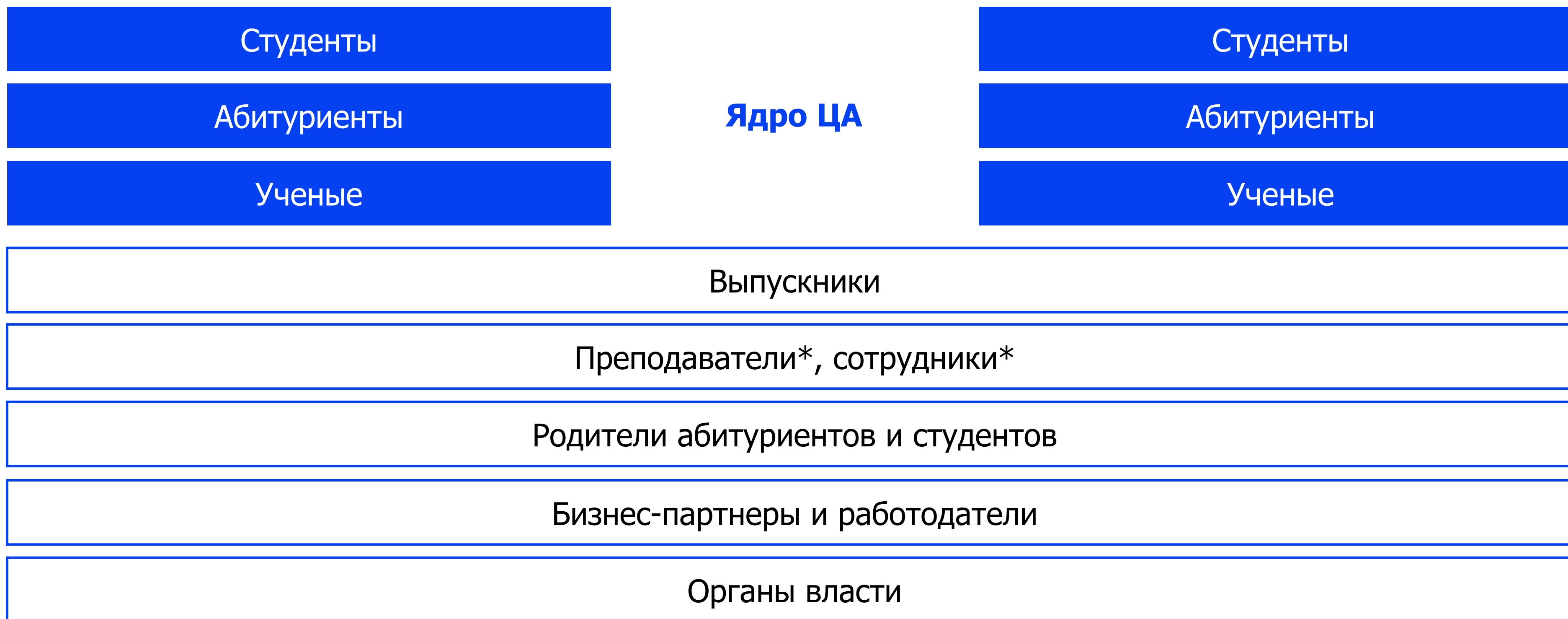




# ЦЕЛЕВЫЕ ГРУППЫ\*\* УНИВЕРСИТЕТА МИСИС

Продвижение в России и странах ближнего зарубежья

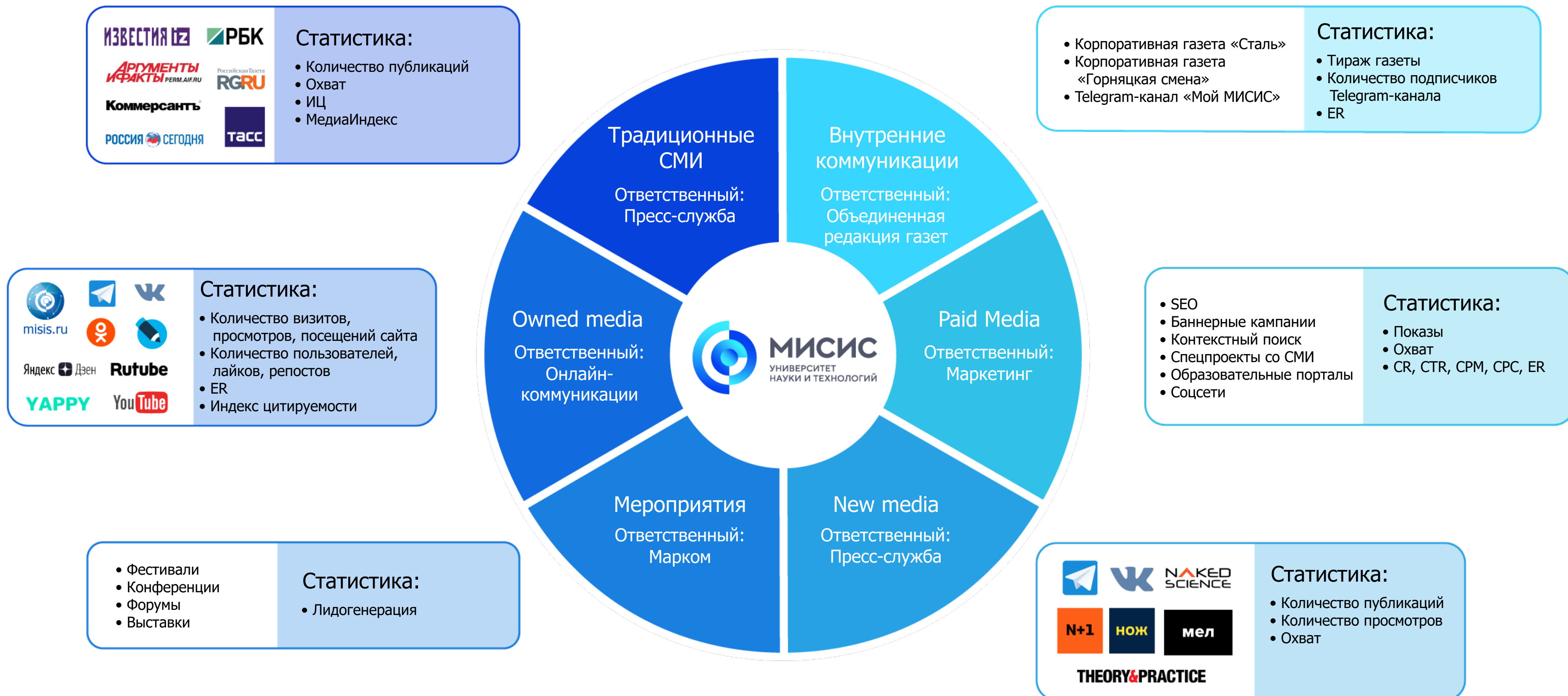
Продвижение в странах дальнего зарубежья



\* ЗАДАЧА ПРЕИМУЩЕСТВЕННО ДЛЯ ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЙ (ОТДЕЛ КАДРОВ + УМИК)

\*\* ДЛЯ КАЖДОЙ ЦЕЛЕВОЙ ГРУППЫ РАЗРАБОТАНО ОТДЕЛЬНОЕ РЕКЛАМНОЕ СООБЩЕНИЕ, КОТОРОЕ ДОЛЖНО ИСПОЛЬЗОВАТЬСЯ В КОММУНИКАЦИЯХ С ЭТОЙ ГРУППОЙ

# ОМНИКАНАЛЬНОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА: КАНАЛЫ, СТАТИСТИКА, ОТВЕТСТВЕННЫЕ



# Продвижение образовательного бренда

**ЦА:** абитуриенты, родители, студенты, бизнес- и академические партнеры

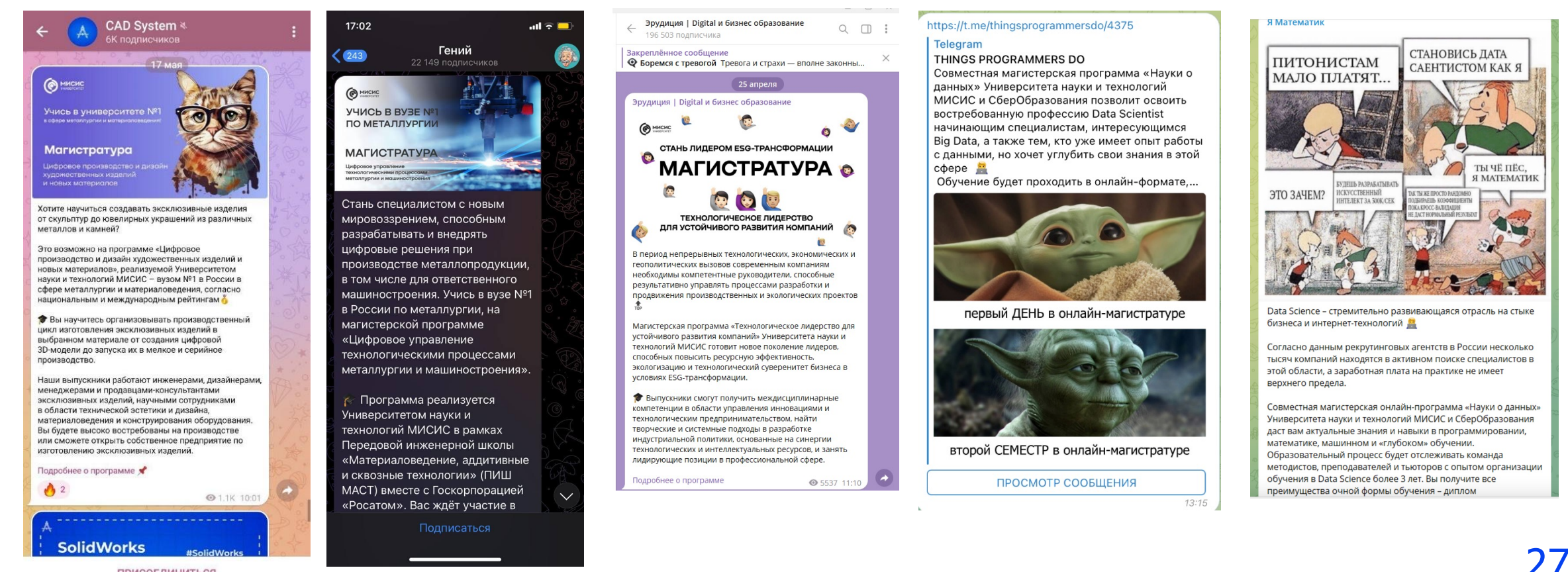
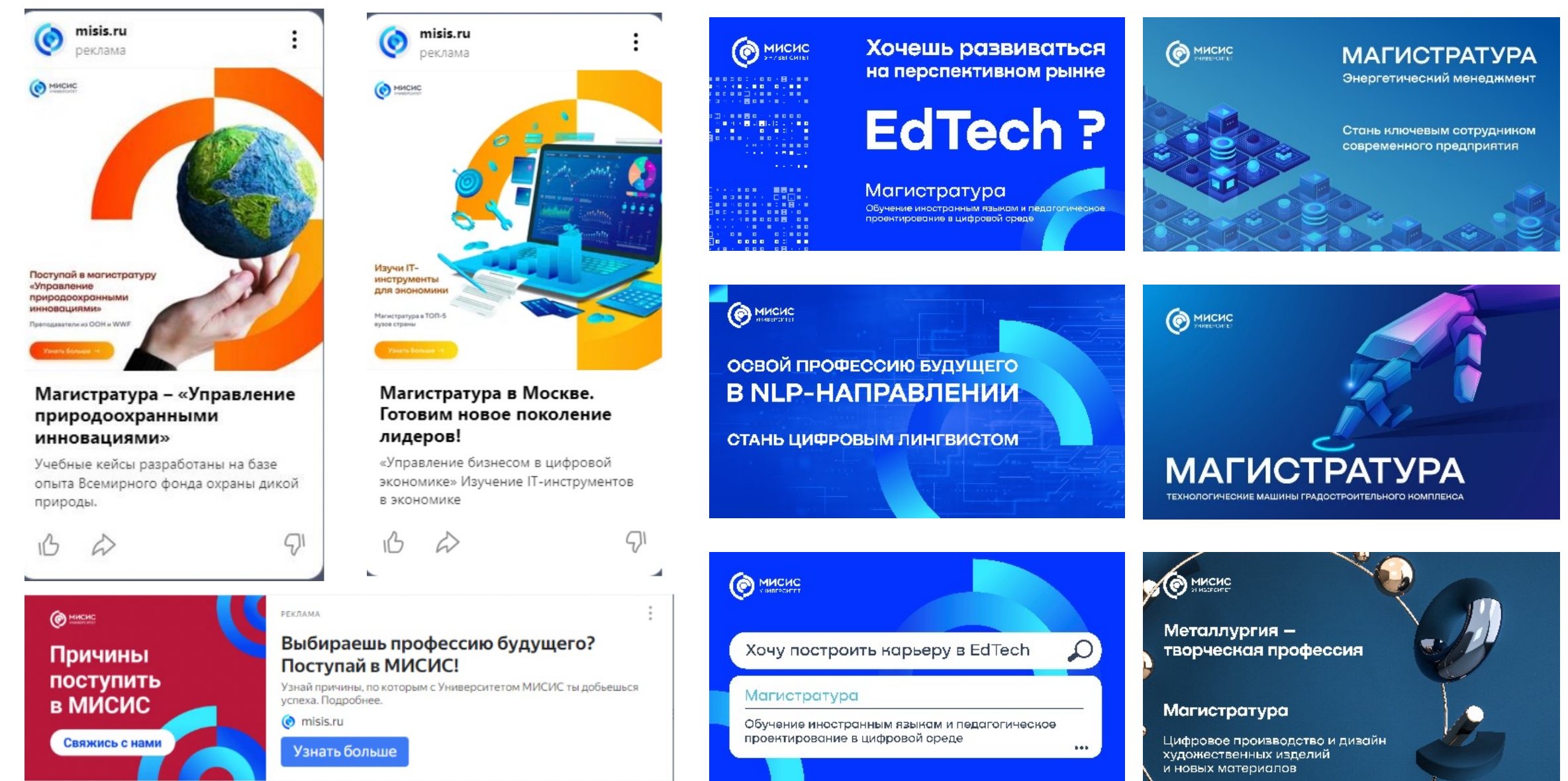
**Ответственный:** Отдел маркетинга образовательных программ

**Инструменты коммуникаций создает:**

- ОМОП
- Марком
- ООК
- Редакция газет

**Каналы коммуникаций:**

- Paid media: образовательные порталы, медийная и таргетированная реклама, спецпроекты, отзывы и т.п.
- Мероприятия: выставки, конференции, форумы и т.п.
- Owned media: официальный сайт, офиц. соцсети
- Печатное издание (PDF-версия абитуриентского выпуска на сайт)



# Кейс: продвижение образовательного бренда Проект «Открытия начинаются с тебя»

**Цель проекта** – показать будущим абитуриентам бакалавриата и магистратуры многогранные возможности обучения в вузе через реальные истории талантливых студентов.

## Используемые инструменты:

- 6 рекламных роликов с «супергероями»
- 2 постановочные фотосъемки с 20 «героями»: в локациях вуза и на улице
- Посадочная страница проекта на сайте с историями студентов
- Разворот в абитуриентском выпуске газеты «Сталь»
- Переверстка раздаточных материалов для приемной комиссии в единой стилистике

## Каналы коммуникаций и результаты\*:

- Таргетированная реклама во ВКонтакте > 720 тыс. просмотров
- Поисковая и контекстно-медийная реклама в Яндекс > 60 330 просмотров
- Посевы в тематических каналах Телеграм
- Партнерские посты во ВКонтакте и Телеграм > 4 500 показа
- Рассылка по базе образовательной площадки – 15 000 контактов
- Посты в официальных соцсетях – 24 поста

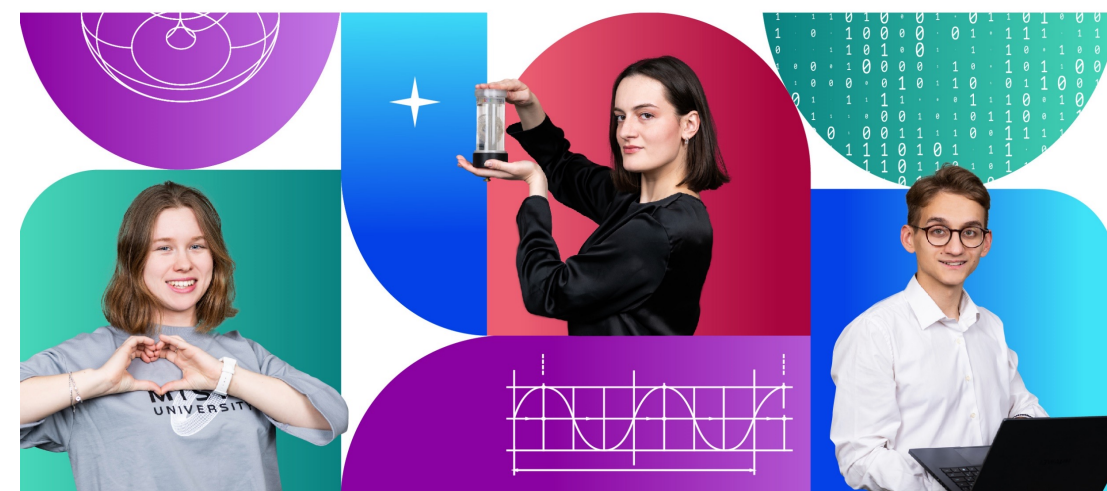
\* Рекламная кампания в процессе



# Дополнительные примеры инструментов проекта

**МИСИС**  
УНИВЕРСИТЕТ

Студенты НИТУ МИСИС  
делятся открытиями  
и вдохновением



**МИСИС**  
УНИВЕРСИТЕТ

**ТОП-5 ВУЗОВ РОССИИ\***

ПЕРЕДОВАЯ НАУКА    КАМПУС В ЦЕНТРЕ МОСКВЫ    ИЗУЧЕНИЕ РУССКОГО ЯЗЫКА

\* в глобальном рейтинге QS

**МИСИС**  
УНИВЕРСИТЕТ

Творчество  
в цифровой эпохе:  
создание уникальных  
материалов и изделий

**МАГИСТРАТУРА**

Реклама: Университет МИСИС, ИНН 7706019535, crid:

**МИСИС**  
УНИВЕРСИТЕТ

**ОТКРЫТИЯ  
НАЧИНАЮТСЯ  
С ТЕБЯ**

Яркие истории студентов  
Университета МИСИС



**МИСИС**  
УНИВЕРСИТЕТ

Программа бакалавриата  
«Лингвистика»

ЛИНГВИСТИКА  
НА СТЫКЕ ТЕХНОЛОГИЙ:  
УЧИТЬСЯ У ЭКСПЕРТОВ!

#Bonjour    #你好  
#Hello  
#Prosperadto  
#Guten Tag

# Кейс: продвижение образовательных программ

По отдельному заказу «Академии Данных» Университета МИСИС была реализована рекламная кампания по продвижению

## **3 платных онлайн-магистратур:**

- «Науки о данных»,
- «Инженерия данных»,
- «Графический дизайн и прикладная графика»

## **Каналы коммуникации:**

- Посевы в тематических Telegram-каналах
- Таргетированная реклама
- Статья на vc.ru
- Нативные статьи Яндекс.Промостраницы

## **Результаты:**

- >**22 млн** показов рекламных объявлений
- >**32 тыс.** переходов на посадочные страницы
- >**2 тыс.** переходов в ЛК абитуриента
- 214** поданных заявлений
- 80** студентов зачислено



# Продвижение научного бренда

**ЦА:** бизнес- и академические партнеры, органы власти, студенты

**Ответственный:** Пресс-служба

**Инструменты коммуникаций создает:**

- Пресс-служба
- ООК
- Марком
- Редакция газет

**Каналы коммуникаций:**

- СМИ и New media
- Owned media
- Мероприятия: выставки, конференции, форумы и т.п.
- Paid media (спецпроекты)
- Печатное издание (PDF-версия на сайт)



# Кейс: продвижение научного бренда

**Цель проекта:** через новаторский подход к созданию образа стильных женщин-учёных рассказываем, что «Наука – это модно». НИТУ МИСИС — современный и креативный вуз.

**ЦА проекта:** женщины 14-45 лет

**Каналы коммуникаций и инструменты:** интервью и фотосъемка журнала Voice; публикации в новых медиа (Телеграм-каналы); посты в соцсетях и на популярных блог-платформах (VK, Дзен, Пикабу).

> 170 000

просмотров

на сайте и в соцсетях





## Кейс: продвижение НИОКР. «Тканевой пистолет»

**ЦА:** МЧС, Минздрав и Минобороны России, производители медицинского оборудования и лекарств.

**Сообщение:** в НИТУ МИСИС создан первый в России «тканевой пистолет» для работы в военно-полевых условиях и в зоне ЧС, который может останавливать кровотечения и запускать регенеративные процессы при ожогах, ранениях легкой и средней степени тяжести. **НИТУ МИСИС – технологический вуз с продуктовым подходом в науке.**

**Каналы коммуникаций и инструменты:** пресс-тур; релиз в традиционных и отраслевых СМИ; публикации в новых медиа (Телеграм-каналы); посты в соцсетях и на популярных блог-платформах (VK, Хабр, Дзен, Пикабу); сюжеты на ТВ; презентации на выставках; выступления на мероприятиях; печать буклета.



## Результаты проекта:

**381**

публикация в СМИ

**420** тыс.

просмотров  
и 550 комментариев  
на Хабр, Пикабу

**10**

организаций обратились  
с предложением о сотрудничестве

**54,9** млн

общий хват СМИ

**10**

ТВ-сюжетов: 1 канал,  
Россия 1, НТВ, Россия 24,  
5 канал, ОТР, Рен ТВ, Звезда,  
Культура, ТВ СПб

**3**

партнера заключили соглашение:  
ГВКГ им. Н. Н. Бурденко,  
ООО «Колетекс», концерн «Аксион»



# Спасибо за внимание!



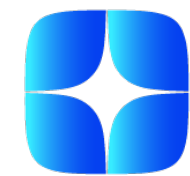
[misis.ru](https://misis.ru)



[vk.com/  
nust\\_misis](https://vk.com/nust_misis)



[t.me/  
nust\\_misis](https://t.me/nust_misis)



[dzen.ru/  
misis](https://dzen.ru/misis)

