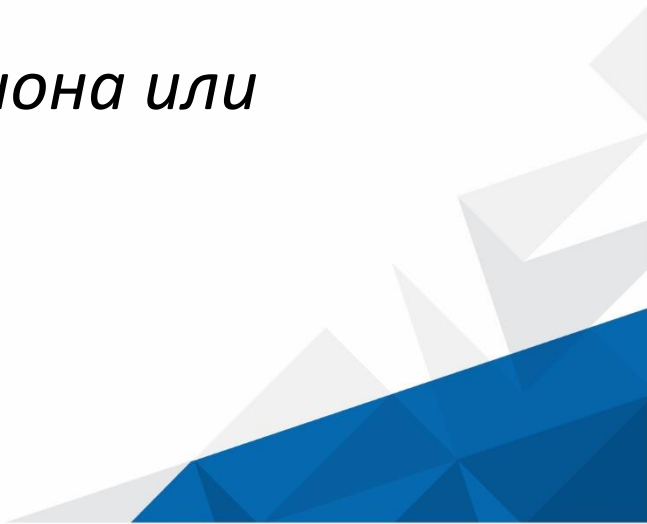


**«Мировые и национальные
медиамониторинги как
информационная основа развития
образовательных систем и
организаций»**

РОССИЯ  **СЕГОДНЯ**




Мониторинг информационного поля и ... мифологемы

- Мы сами знаем всё о себе!
Или зачем нужен медиамониторинг?
 - Медиамониторинг нам не по карману!
Или можно как использовать открытые (бесплатные) инструменты?
 - Медиамониторинг интересен лишь отдельным организациям!
Или как оценивают работу региона или образовательной подсистемы?
- 



Предлагается к рассмотрению:

1. Открытые инструменты информационного мониторинга
 2. Ресурсы комплексной аналитики
 3. Практики оценки «цифрового следа»
- 

1. Открытые инструменты медиамониторинга

1). Аудиторные показатели сайтов организаций

- SimilarWeb
- Альтернативы: analizsaita.com, a.pr-cy.ru, ru.megaindex.com, seolik.ru и sitedozor.ru


2). Медиа-активность организаций/регионов в общественно-политических СМИ в российском

- News.Yandex
- News.Google.com

3). Узнаваемость брендов через анализ поисковых запросов

- Google Trends

1. Открытые инструменты медиамониторинга (1)

 – ресурс, имеющий бесплатный функционал по анализу аудиторных показателей сайта с бесплатной ретроспективой – полугодие:

- аудитория (внимание, не «уники»!);

и по данным последнего месяца:

- поведенческие метрики аудитории (отказы, глубина просмотра, время нахождения)
- динамика изменений рейтинга (места) сайта;
- география аудитории (только ТОП);
- происхождение аудитории

1. Открытые инструменты медиамониторинга (2-3)

News.Yandex – самый простой способ скриннинга публикаций русскоязычного сегмента.

Раздел новости Яндекса: ввести название организации в кавычках (это отсеет мусор).

Google Trends – позволяет проанализировать популярность поискового запроса в разрезе по городам/субрегионам с учётом языка, а также просмотреть похожие запросы и сравнить по популярности субрегионы, организации, проекты, социальные системы. Используются данные из поисковика Google

2. Ресурсы комплексной аналитики

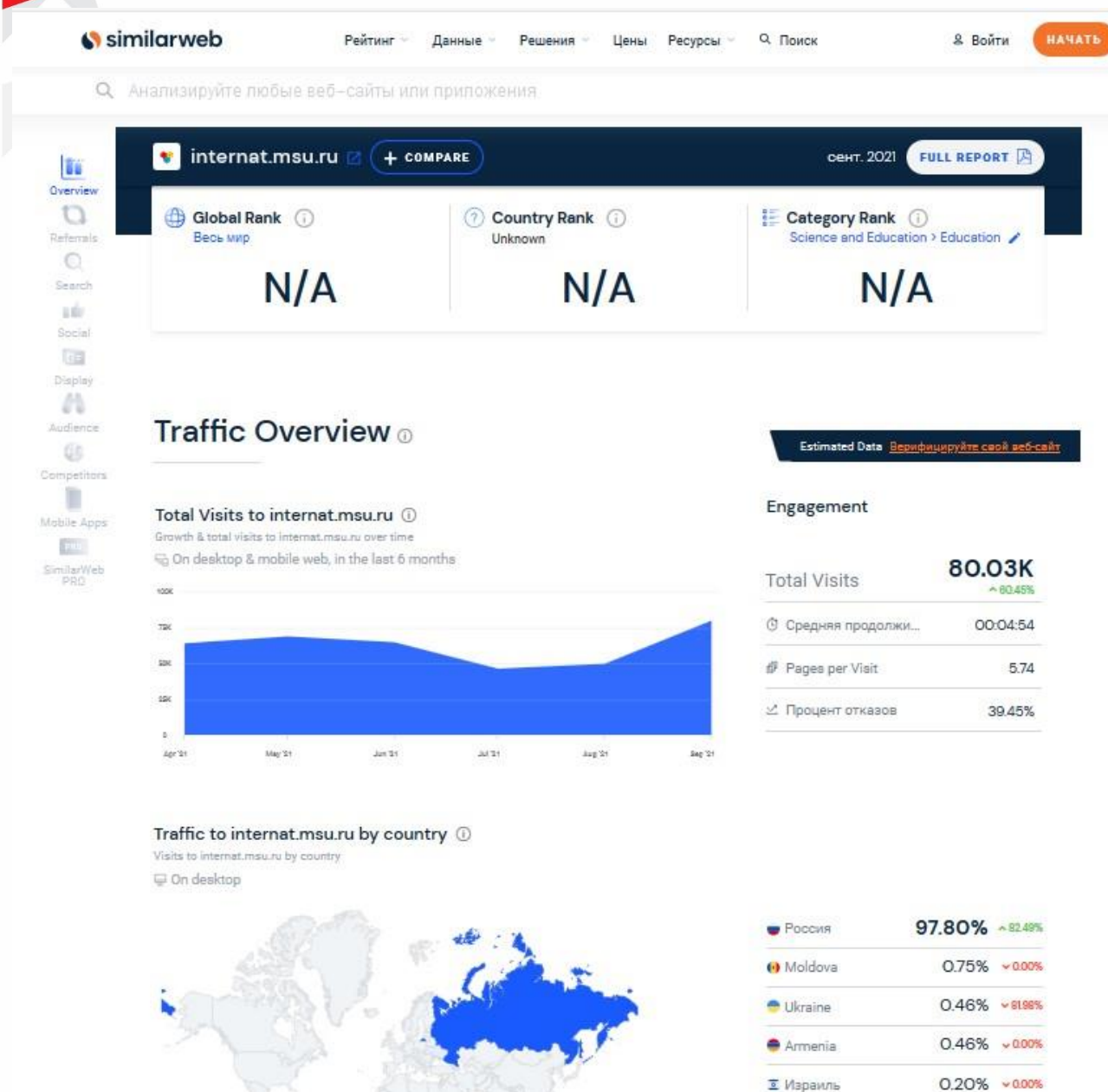
«Мэтры» аналитических сервисов могут на сегодня проводить анализ информационного поля на самых разнообразных языках, работать с социальными сетями и достаточно гибко походить к выбору параметров мониторинга. Компании зачастую выпускают собственные открытые сборники (например «Вузы России» от Медиалогии)

- Медиалогия
- Brand Analytics
- Lexis Nexis
- Factiva DowJones



3. Практики оценки «цифрового следа»

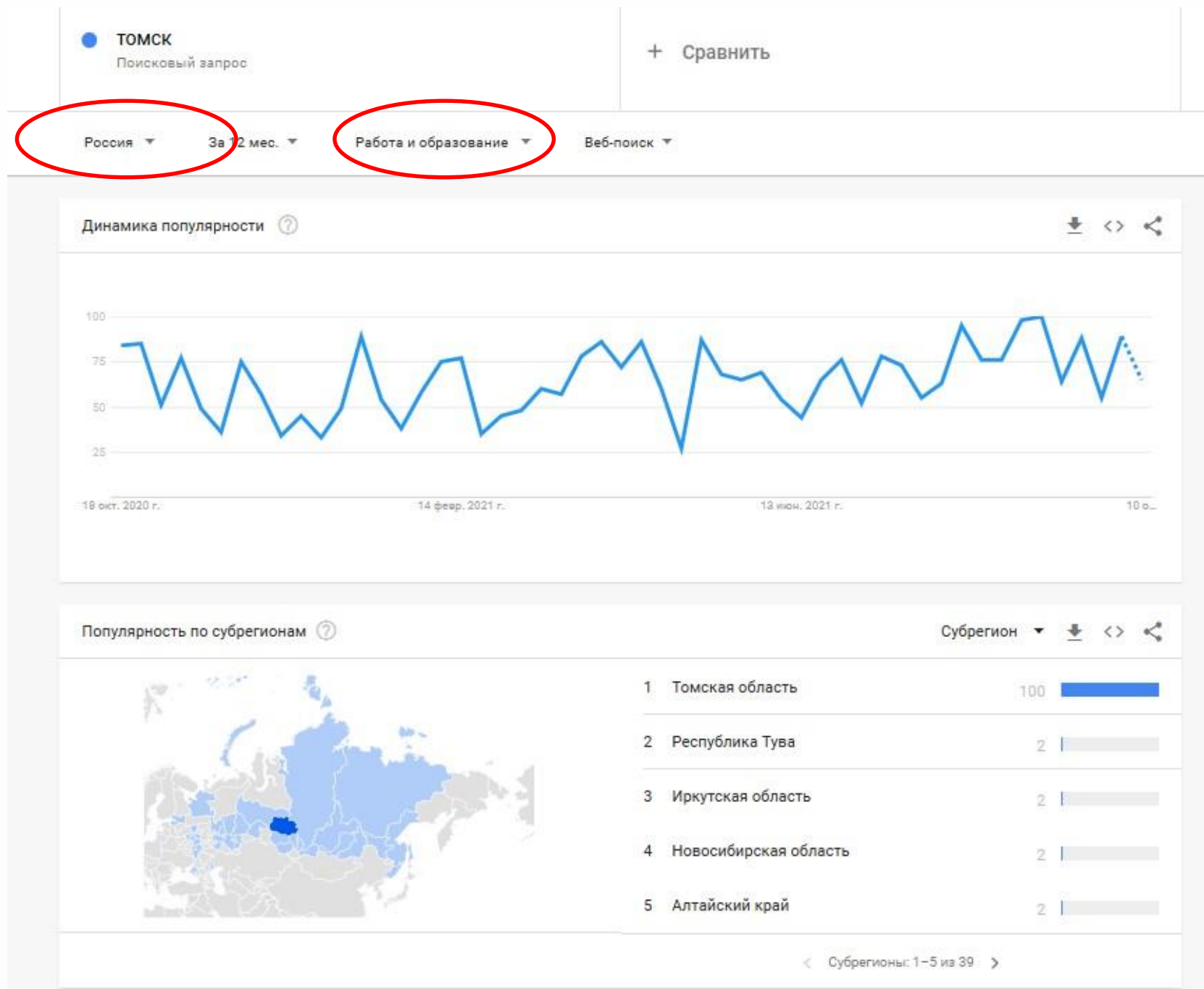
Мониторинг с помощью SimilarWeb отдельных организаций (СУНЦ МГУ)



Аудитория сайтов организаций одного региона (или же образовательного проекта) может указать на привлекательность данного бренда и служить хорошим инструментом для долгосрочной оценки успешности реализуемых мероприятий.

3. Практики оценки «цифрового следа»

Анализ с помощью Google Trends региональных систем образования



3. Практики оценки «цифрового следа»

Анализ с помощью Google Trends региональных систем образования

● ТОМСК
Поисковый запрос

+ Сравнить

По всему миру ▼

За 12 мес. ▼

Работа и образование ▼

Веб-поиск ▼

Динамика популярности ?



Популярность по регионам ?

Регион ▼



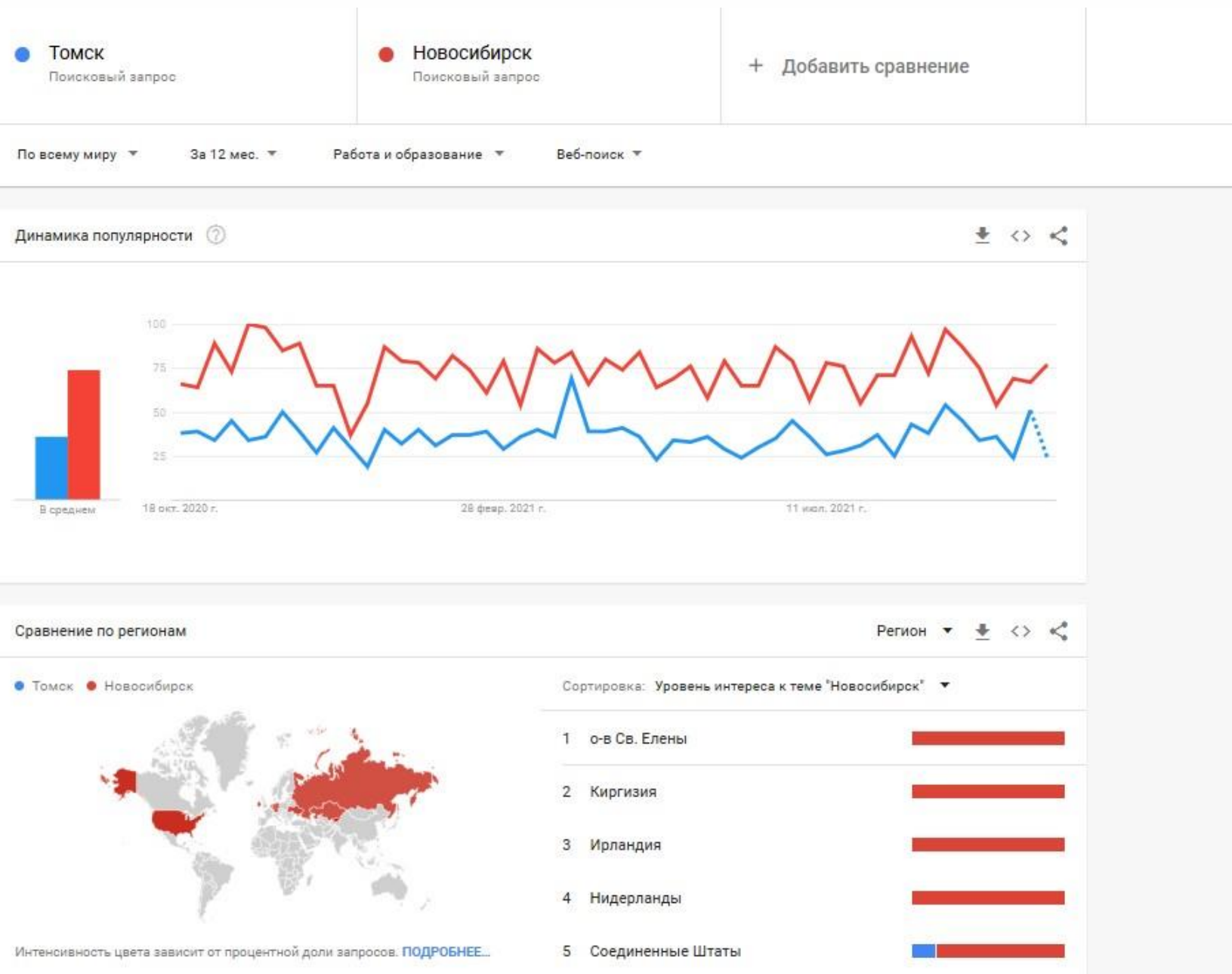
1	Россия	100
2	Киргизия	13
3	Казахстан	6
4	Узбекистан	1
5	Украина	1

☐ Включить регионы с малым количеством запросов

< Регионы: 1–5 из 8 >

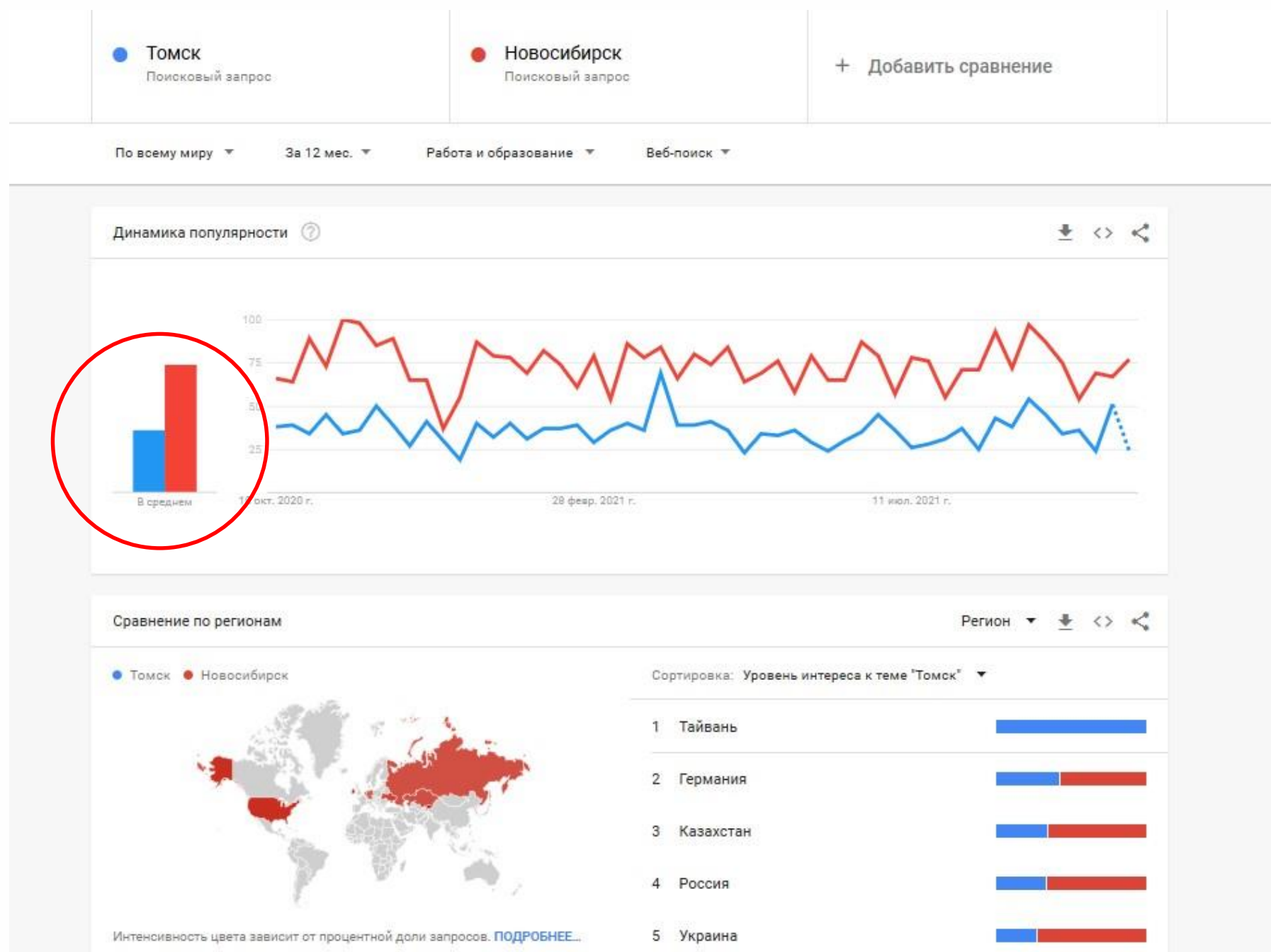
3. Практики оценки «цифрового следа»

Анализ с помощью Google Trends региональных систем образования



3. Практики оценки «цифрового следа»

Анализ с помощью Google Trends региональных систем образования



3. Практики оценки «цифрового следа»

Анализ с помощью Google Trends региональных систем образования

● Tomsk
Поисковый запрос

● Novosibirsk
Поисковый запрос

+ Добавить сравнение

По всему миру ▾

За 12 мес. ▾

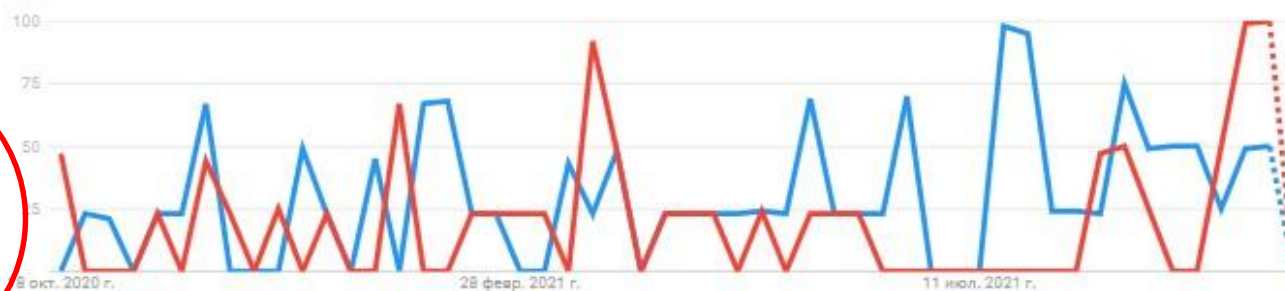
Работа и образование ▾

Веб-поиск ▾

Динамика популярности ?



В среднем



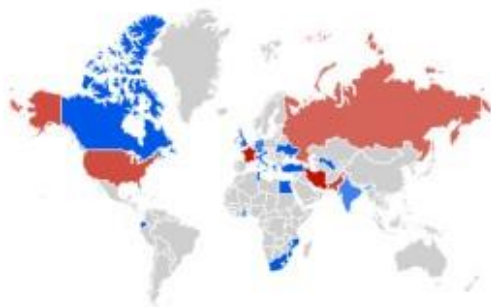
Сравнение по регионам

Регион ▾



● Tomsk ● Novosibirsk

Сортировка: Уровень интереса к теме "Novosibirsk" ▾



Интенсивность цвета зависит от процентной доли запросов. [ПОДРОБНЕЕ...](#)

1	Иран	<div></div>
2	Франция	<div></div>
3	Пакистан	<div></div>
4	Соединенные Штаты	<div></div>
5	Россия	<div></div>

3. Практики оценки «цифрового следа»

Анализ с помощью Google Trends региональных систем образования

● Tomsk

Поисковый запрос

● Novosibirsk

Поисковый запрос

+ Добавить сравнение

По всему миру ▾

За 12 мес. ▾

Работа и образование ▾

Веб-поиск ▾

Динамика популярности ?

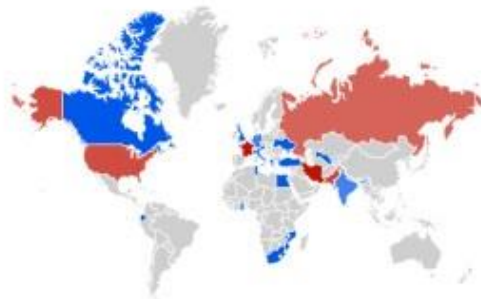


Сравнение по регионам

Регион ▾

● Tomsk ● Novosibirsk

Сортировка: Уровень интереса к теме "Tomsk" ▾



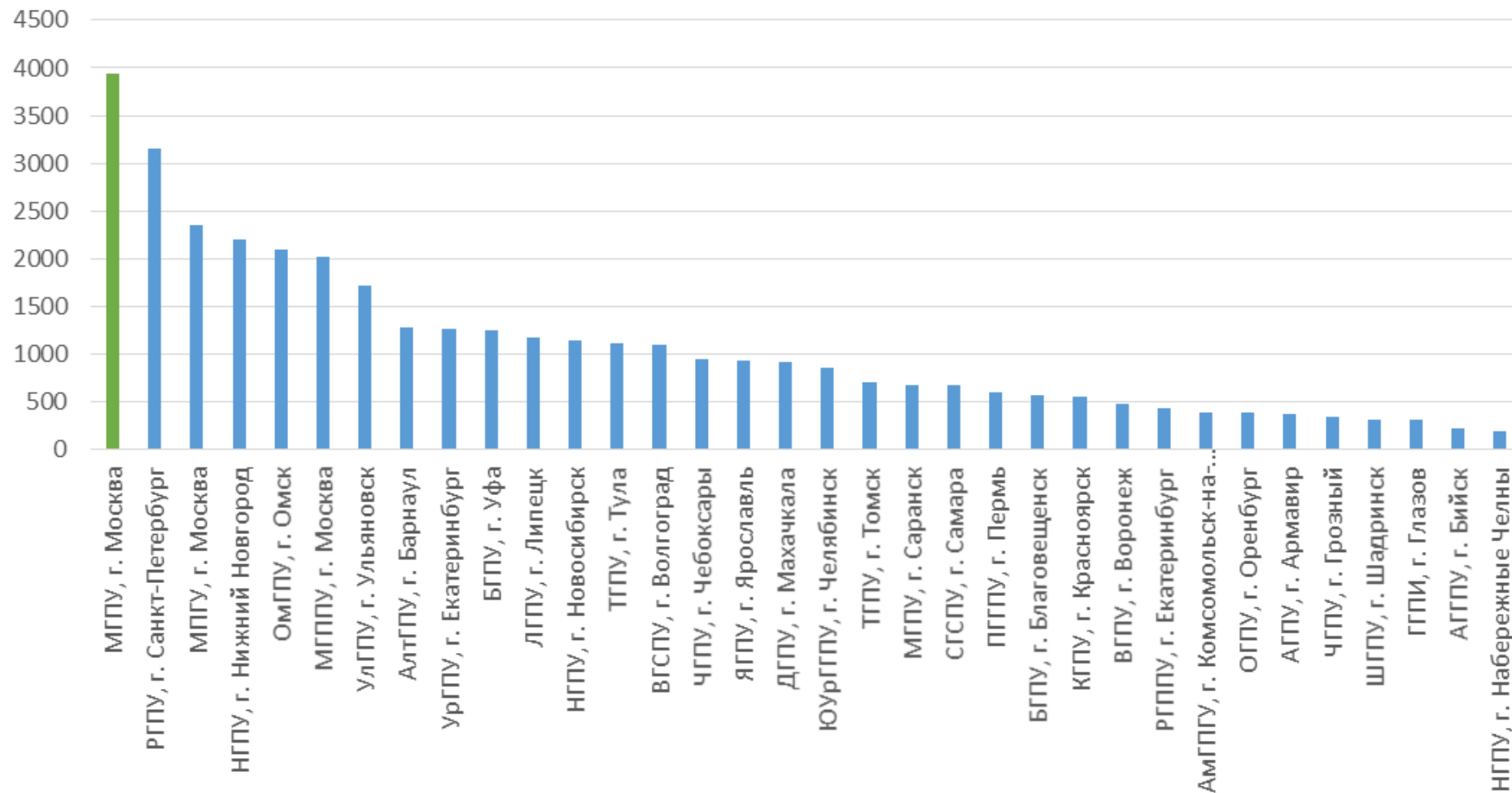
Интенсивность цвета зависит от процентной доли запросов. [ПОДРОБНЕЕ...](#)

1	Мозамбик	<div></div>
2	Тунис	<div></div>
3	Узбекистан	<div></div>
4	Австрия	<div></div>
5	Гонконг	<div></div>

3. Практики оценки «цифрового следа»

Мониторинг с помощью «Медиалогии» отдельных организаций

Упоминания вузов во 2-м квартале 2021
(русскоязычное инфополе)



3. Практики оценки «цифрового следа»

Мониторинг с помощью «Медиалогии» элементов региональной системы образования



Мониторинг информационного поля и ... реальность

- Мы сами знаем всё о себе!

Инструменты/системы мониторинга позволяют определить настоящее положение образовательного бренда в информационном поле, а значит разработать последующую программу повышения его узнаваемости, учитывая его слабые стороны.

- Медиамониторинг нам не по карману!

Реализовать мониторинг присутствия в информационном поле возможно и открытыми продуктами. Важно иметь понимание какой замер что нам показывает (даёт)

- Медиамониторинг интересен лишь отдельным организациям!

Анализ информационного поля даёт возможность взглянуть как на всю систему образования в целом, так и понять присутствие в информационном поле каждой её подсистемы, а значит и спроектировать максимально результативную карту улучшений.

**«Мировые и национальные
медиамониторинги как
информационная основа развития
образовательных систем и
организаций»**

РОССИЯ  **СЕГОДНЯ**