

Секция «Журналистика»

Оценка эффективности использования ресурса университетских
корпоративных медиа

Тосева Анастасия Владимировна

Студент

*Институт филологии и языковой коммуникации Сибирского федерального
университета, Факультет журналистики, Красноярск, Россия*

E-mail: nastya.kolmakova@mail.ru

Понятие эффективности корпоративного издания является главным при анализе целесообразности существования того или иного издания. Только посчитав эффективность проекта, можно сказать, достигаются ли поставленные цели, и, соответственно, насколько обоснованы реальные затраты на выпуск этого проекта.

Анализируя эффективность периодических изданий, мы рассматриваем реальные характеристики издания относительно потенциальных возможностей, которыми обладает то или иное корпоративное издание.

Для выявления методики анализа эффективности корпоративного издания, были проанализированы существующие подходы: методика оценки эффективности корпоративных СМИ, Агафонова Л.С., критерии повышения эффективности, предлагаемые Чемякиным Ю.В., а также способы измерения эффективности издания, используемые в практических исследованиях. В результате был выработан собственный набор критериев для оценки, для подсчёта результатов была использована формула Агафонова Л.С.

В работе проанализированы следующие официальные издания отечественных высших учебных заведений: «Остров РУ» (Дальневосточный федеральный университет), «Южный университет» (Южный федеральный университет), «Казанский университет» (Казанский федеральный университет) Новая университетская жизнь (Сибирский федеральный университет), «InФормат» (Уральский федеральный университет).

Результаты анализа показали, насколько российские издания высших учебных заведений используют потенциал своих корпоративных печатных изданий. В работе обозначены основные недостатки изданий, а также даны практические рекомендации для редакций корпоративных изданий высших учебных заведений, подкреплённые примерами из анализируемых изданий и зарубежной университетской прессы. На основе исследования планируется создание видеоролика, в котором будет собрана полезная информация о создании корпоративных СМИ для университетских редакций.

Литература

1. Чемякин Ю. В. Корпоративные СМИ: секреты эффективности. - Екатеринбург: Издательский дом «Дискурс Пи», 2006.
2. Агафонов Л. С. Методика экспресс-оценки эффективности корпоративных СМИ // Медиаскоп. М., 2008. Выпуск 2.
3. Штепа В.И. Корпоративные средства массовой информации химической отрасли // <http://www.ipk.ru/index.php?id=1568>.