



БЕЗГРАНИЧНЫЕ
ВОЗМОЖНОСТИ
конкурс-премия



РАБОТА СО СМИ И СОЦИАЛЬНЫМИ СЕТЯМИ

ЭТАП «ПРИЁМ ЗАЯВОК»

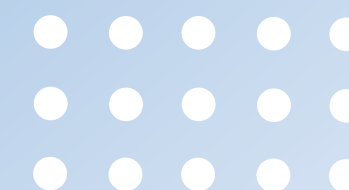
9 октября — 30 ноября 2026 года



КТО ОТВЕЧАЕТ ЗА ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

В регионе должен быть
конкретный ответственный
за работу со СМИ:

- Взаимодействует с редакциями
- Готовит и редактирует тексты
- Адаптирует федеральные материалы
- Готовит посты для тах и «вконтакте»
- Согласовывает материалы
- Контролирует выход публикаций
- Собирает ссылки
- Поддерживает постоянную связь с журналистами



ЧТО ДАЮТ ОРГАНИЗАТОРЫ

ФЕДЕРАЛЬНАЯ ОСНОВА ИНФОРМАЦИОННОЙ КАМПАНИИ

ОРГАНИЗАТОРЫ

Актуальные новости

Срочные информационные сообщения

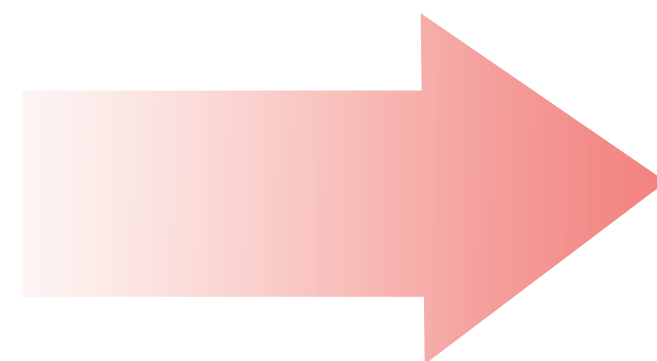
Федеральные тексты

Визуальные материалы

Информацию об изменениях

Материалы по конкурсу

Информацию о номинациях и сроках



Материалы передаются
региональным
координаторам через
рабочий канал в МАХ.

РЕГИОН



ПРИНЦИП РАБОТЫ

Организаторы - федеральная информационная основа
Регион - распространение + локальный контент



ЧТО РЕГИОН ДЕЛАЕТ САМОСТОЯТЕЛЬНО

Регион самостоятельно создаёт информационные поводы вокруг своих участников и инициатив.

ОСНОВНЫЕ ФОРМАТЫ:

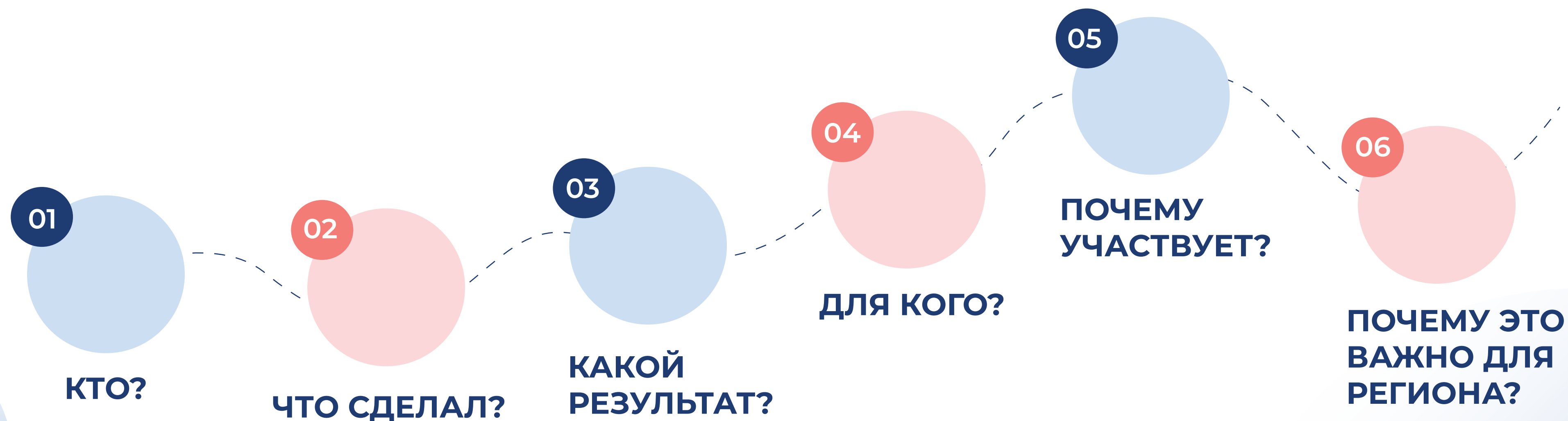
- Истории участников;
- Интервью;
- Истории проектов;
- Конкретные результаты и достижения;
- Фотографии и видео;
- Публикации о мотивации участников;
- Истории потенциальных номинантов;
- Интервью с экспертами и членами жюри.

ХОРОШИЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ КОНТЕНТ ОТВЕЧАЕТ НА ВОПРОС:
«Почему именно об этом человеке или проекте должны узнать жители нашего региона?»



О ЧЁМ

РАССКАЗЫВАТЬ?



ЧЕМ КОНКРЕТНЕЕ ИСТОРИЯ —
ТЕМ СИЛЬНЕЕ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПОВОД

ИНТЕРВЬЮ С ЭКСПЕРТАМИ

Региональные СМИ могут самостоятельно создавать экспертный контент

ТЕМЫ ДЛЯ ИНТЕРВЬЮ:

- Профессиональный путь эксперта
- Личная мотивация участвовать в конкурсе
- Ожидания от конкурса
- Какие проекты особенно интересны
- Почему важно рассказывать о таких инициативах
- Советы потенциальным участникам
- На что обратить внимание при подготовке заявки



ОСНОВНОЙ ПЕРИОД ПРИЁМА ЗАЯВОК

9 октября — 30 ноября

МИНИМАЛЬНЫЙ ПОРОГ: 1 публикация в неделю
РЕКОМЕНДУЕМЫЙ ОБЪЁМ: 3 материала в неделю
для эффективного освещения конкурса

- Публикации о номинациях;
- Интервью с участниками;
- Интервью с экспертами;
- Истории потенциальных номинантов;
- Регулярные напоминания;
- Распространение информации через региональные И муниципальные площадки.



РЕКОМЕНДУЕМЫЙ ОБЪЁМ РАБОТЫ РЕГИОНА

ЧТО ДОЛЖНО БЫТЬ ОБЕСПЕЧЕНО

Показатель	Минимум
Площадки для размещения	10+
Локальные материала	3 в неделю
Федеральные материалы	регулярно
Работа с экспертами	регулярно
Напоминания о сроках	регулярно

ВАЖНО

Чем шире сеть распространения, тем выше вероятность найти потенциальных участников.



КАК РАБОТАТЬ С РЕГИОНАЛЬНЫМИ ТЕЛЕКАНАЛАМИ

ПРЕДЛАГАЙТЕ РЕДАКЦИИ
ГОТОВЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПОВОДЫ:

- Старт конкурса
- Комментарий координатора
- История участника
- История проекта
- Яркая региональная инициатива
- Интервью с экспертом
- Напоминание о завершении приёма заявок



КАКИЕ ТЕЛЕВИЗИОННЫЕ СЮЖЕТЫ СТОИТ ПРЕДЛОЖИТЬ

ТРИ РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПОВОДА

1

СТАРТ КОНКУРСА

Что за конкурс?
Кто может участвовать?
Какие сроки?



2

ИНТЕРЕСНЫЕ УЧАСТНИКИ РЕГИОНА

Герои, проекты, реальные
результаты и истории.



3

ОКОНЧАНИЕ ПРИЁМА ЗАЯВОК

Сроки, условия,
призыв успеть подать
заявку.



СЕТЬ ИНФОРМАЦИОННОГО РАСПРОСТРАНЕНИЯ

НЕ РАБОТАЕМ ТОЛЬКО СО СМИ

РЕГИОНАЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ СЕТЬ:

СМИ

телевидение, радио, интернет-СМИ

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

МАХ и «ВКонтакте»

ПАРТНЁРЫ:

Органы власти

Муниципалитеты

НКО

Образовательные
организации

Профессиональные
сообщества

Другие партнёрские
площадки

ОТ ПУБЛИКАЦИИ К ОТЧЁТНОСТИ

КАЖДУЮ ПУБЛИКАЦИЮ ФИКСИРУЕМ



- Площадку
- Тип площадки
- Дату
- Тему/тип материала
- Ссылку
- Охват — если доступен

Дополнительный комментарий при необходимости.

НЕ РЕЖЕ 1 РАЗА В НЕДЕЛЮ - АКТУАЛИЗАЦИЯ ТАБЛИЦЫ

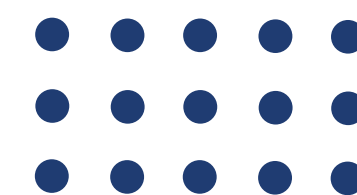
ПРАКТИЧЕСКИЙ ПЛАН КООРДИНАТОРА

ЧТО СДЕЛАТЬ ПРЯМО СЕЙЧАС

1. НАЗНАЧИТЬ ОТВЕТСТВЕННОГО
2. СОСТАВИТЬ БАЗУ ПЛОЩАДОК
3. СВЯЗАТЬСЯ С РЕДАКЦИЯМИ
4. НАЙТИ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ УЧАСТНИКОВ
5. СФОРМИРОВАТЬ СПИСОК ЭКСПЕРТОВ
6. ПОДГОТОВИТЬ КОНТЕНТ-ПЛАН ДО 30 НОЯБРЯ
7. ОРГАНИЗОВАТЬ СТАРТОВЫЕ ПУБЛИКАЦИИ
8. ПОДДЕРЖИВАТЬ МИНИМАЛЬНУЮ АКТИВНОСТЬ — НЕ МЕНЕЕ 1 ПУБЛИКАЦИИ В НЕДЕЛЮ
9. ПРЕДЛОЖИТЬ РЕГИОНАЛЬНЫМ ТЕЛЕКАНАЛАМ ТРИ ТЕМАТИЧЕСКИХ СЮЖЕТА
10. ВЕСТИ УЧЕТ ПУБЛИКАЦИЙ И ПЛОЩАДОК

МЕДИАПЛАН КОНКУРСА: КЛЮЧЕВЫЕ ЭТАПЫ

9 ОКТЯБРЯ 2026 — МАЙ 2027





ВКонтакте



MAKS



RUTUBE



СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ!

ВОПРОСЫ И ОБСУЖДЕНИЯ

