

**АНКЕТА НОМИНАНТА
НАЦИОНАЛЬНОЙ ПРЕМИИ В ОБЛАСТИ МЕДИАБИЗНЕСА
«МЕДИА-МЕНЕДЖЕР РОССИИ»
НОМИНАЦИЯ «ЗА УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ И СОЦИАЛЬНУЮ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ
МЕДИАБИЗНЕСА»**

Дата проведения: 04 июля 2024 года, город Москва

ФИО (полностью)	Кудишина Ольга Владимировна
Название компании	Президентский фонд культурных инициатив
Должность	Руководитель департамента коммуникаций

**За патриотические и социально значимые проекты,
продвижение общечеловеческих ценностей и культурного кода страны**

ДОСТИЖЕНИЕ, ИДЕЯ:

За популяризацию возможностей государственной поддержки среди авторов культурных и творческих проектов

РЕЗУЛЬТАТ:

Более 17 лет работает в сфере, имеет высшее профильное и дополнительное образование в сфере менеджмента и медиа. Выпускница федеральной программы для специалистов сферы медиа и PR и член экспертного клуба «Мастерская новых медиа». В опыте работы — организация информационного освещения федеральных площадок: форум «Таврида» (2015 год, форум посетил премьер-министр Д.А. Медведев; 2017 год, форум посетил Президент РФ В.В. Путин), форум Рабочей молодежи (2018 год, форум посетил Президент РФ В.В. Путин) и др. Отмечена благодарственными письмами Президента РФ.

С 2021 года курирует информационное сопровождение деятельности Президентского фонда культурных инициатив. За 3 года достигнута узнаваемость Фонда в творческой среде, НКО, ИП и бизнесе. Более 310000 упоминаний в СМИ, на сайте зарегистрировано 159000 команд, 1,2 млн человек посмотрели обучающие видео. Создана всероссийская сеть с пресс-службами РОИВ по культуре, налажена поддержка от ЛОМов.

Одно из ключевых направлений работы — информационная поддержка социально значимых проектов, получивших гранты ПФКИ, нацеленных в том числе на продвижение общечеловеческих ценностей и культурного кода страны (направления — «Культурный код», «Я горжусь», «История страны», «Многонациональный народ» и тд). На данный момент их более 8300, для увеличения узнаваемости проектов, помимо поддержки, проводится обучение пресс-служб.

За 2023 год — начало 2024 года:

— С 1.01.23 в СМИ с упоминанием проектов, поддержанных ПФКИ, и деятельности Фонда вышло 194000 материалов, 2350 — сюжеты, 332 из них на федеральных ТВ;

— С целью узнаваемости проведена [кампания к 3-летию ПФКИ](#). На партнерских основаниях без вложений бюджета размещена реклама на медиафасадах Москвы, в т.ч. на самом большом фасаде столицы (400 кв.м.), поздравление на Останкинской телебашне, на фасадах оператора МАЕР в 11 регионах России, в

метро, на выставке «Россия». Охват по данным операторов — более 11 млн человек, свыше 65 млн визуальных контактов. Вышло 3500 упоминаний о поддержке проектов в соцмедиа и СМИ за 2 суток, по данным «Медиалогии» охват в соцсетях — 41,6 млн.

— Проведена серия обучающих семинаров и вебинаров по информационному сопровождению (8 мероприятий с охватом более 2500 человек);

— В мае совместно с телеканалом «RT на русском» реализован курс по продвижению культурных проектов;

— Первый замер общественного мнения показал, что 74% опрошенных руководителей НКО и 38% людей, не возглавляющих НКО, знают о деятельности Фонда, их уровень доверия — 91% и 73%.

— Совместно с музеем Победы Фондом проведена акция «[Бессмертный полк ПФКИ онлайн](#)», фотографии родственников-участников ВОВ прислали более 30 известных культурных деятелей, общий охват акции — свыше 300000 просмотров за двое суток.

— В разработке: обучающий блок для пресс-служб проектов-победителей конкурсов ПФКИ с программой «Мастерская новых медиа» (запуск — июль) и курс ПФКИ с участием ЛОМов в сфере культуры (запуск — август-сентябрь). Работа нацелена на повышение навыков работы пресс-служб и, как следствие, узнаваемости ПФКИ.