

**АНКЕТА НОМИНАНТА
НАЦИОНАЛЬНОЙ ПРЕМИИ В ОБЛАСТИ МЕДИАБИЗНЕСА
«МЕДИА-МЕНЕДЖЕР РОССИИ»**

Дата проведения: 03 июля 2025 года, город Москва

Данная анкета предназначена для номинантов, работающих в медиаиндустрии

Анкета заполняется отдельно на каждого участника в формате DOC и направляется по email
ddd@corpmedia.ru
+7 (925) 969-18-34

Срок подачи: до 31 мая 2025 года

Официальный сайт Премии: <https://www.media-manager.ru>

Официальный telegram-канал Премии: <https://t.me/mediamanager2000>

НОМИНАНТ

ФИО: Горягина Ксения Николаевна

Название компании: АО «ЦТВ»

Должность: Директор по маркетингу

НОМИНАЦИИ ДЛЯ ВЫДВИЖЕНИЯ

(выделите желтым цветом)

ТЕЛЕВИДЕНИЕ

В данной номинации выдвигаются представители телекомпаний

Директор по маркетингу, Бренд-директор,
Начальник/Руководитель отдела маркетинга, Директор по DIGITAL-маркетингу,
Директор по продвижению

**ДОСТИЖЕНИЕ НОМИНАНТА,
за которое он выдвигается на Премию**

К каким областям относятся достижение, идея, способствовавшие развитию бизнеса (выделите желтым цветом):

продвижение, PR

маркетинг

менеджмент (управление) концепция

ДОСТИЖЕНИЕ, ИДЕЯ:

За продвижение телеканалов медиахолдинга «Цифровое Телевидение»

РЕЗУЛЬТАТ:

За период руководства достигнуты следующие результаты:

Повышена узнаваемость брендов группы компаний «Цифровое Телевидение» — крупнейшего медиахолдинга на рынке платного ТВ в России с долей 30,6% рынка платного телевидения.

Выведен на рынок телеканал «Мосфильм. Золотая коллекция», который вошел в топ-20 федерального просмотра. Под руководством Ксении была разработана стратегия вывода бренда на рынки B2B и B2C. В частности, в рамках продвижения телеканала проведена рекламная кампания «Мосфильм. Золотая коллекция» — киноканал любимых героев», которая отмечена премией «Серебряный Меркурий». Кампания затрагивала максимально широкую аудиторию через

наружную, теле- и радио-, а также digital-рекламу, SMM, кросс-промо с операторами и интерактивную связь со зрителем.

В 2024 году запущен телеканал «КиноМульт». Разработана стратегия вывода бренда на рынки B2B и B2C, проведена рекламная кампания, которая затрагивала максимально широкую аудиторию через наружную, теле- и радио-, а также digital-рекламу, SMM.

В 2025 году запущен телеканал «Патриот». Разработана стратегия вывода бренда на рынки B2B и B2C, проведена рекламная кампания, которая затрагивала максимально широкую аудиторию через наружную, теле- и радио-, а также digital-рекламу, SMM.

Проведены масштабные общероссийские мероприятия.

Среди самых заметных и важных — акция «Бессмертный полк» телеканала «Мосфильм. Золотая коллекция», которую телеканал ежегодно проводит ко Дню Победы. Проект посвящен памяти кинематографистов — участников Великой Отечественной войны. Проект получил поддержку как социально значимый со стороны Департамента средств массовой информации и рекламы города Москвы, Департамента транспорта и развития дорожно-транспортной инфраструктуры города Москвы, а также агентства-оператора цифровых медиаформатов Intention и коммуникационной группы LBL, которые поддерживают акцию на столичных медиафасадах и в городском транспорте.

Проект также вызвал резонанс в СМИ (получено более 200 публикаций по данному информационному поводу). Материалы вышли на таких площадках, как ТАСС, «Российская газета», «РИА Новости», Интерфакс, «Москва 24», «Вести», Smotrim и в других федеральных и региональных СМИ.

В рамках продвижения телеканала «Мосфильм. Золотая коллекция» совместно с Киноконцерном «Мосфильм» выпущены в кинотеатральный федеральный повторный прокат покадрово восстановленные в лабораториях киноконцерна и воссозданные в формате 4K шедевры советского кинематографа. Впервые повторный прокат в рамках проекта «Мосфильм. Золотая коллекция в кино» охватил около 600 кинотеатров по всей России. Акция широко освещалась в СМИ и позволила повысить узнаваемость бренда в B2C-аудитории.

В год 80-летия Великой Победы запущена совместная акция с Музеем Победы – «Лица Победы».

Организованы собственные масштабные мероприятия для брендов холдинга:

— Запуск всероссийской премии «Русский Детектив» в области детективного и остросюжетного жанров литературы и кино, цель которой — поощрение деятелей литературы и кино за их достижения и вклад в развитие детективного жанра, а также поиск и выявление новых талантов. Проводится в партнерстве с издательской группой «АСТ-Эксмо».

— Реализована ежегодная литературная премия в области медицины «Здравомыслие». Она призвана поддерживать врачебную деятельность, популяризировать базовые биомедицинские знания в обществе, пропагандировать здоровый образ жизни и воспитывать культуру здоровья. Учредителями премии являются Министерство здравоохранения Российской Федерации, Министерство науки и высшего образования РФ, телеканал «Доктор»

и компания «Технологии Доверия». В 2022-2024 годах премия получила более 1,5 тыс. упоминаний в СМИ.

— Организован Международный кинофестиваль авторских и экспериментальных фильмов ужасов «НСТ Хоррор Фест». Партнерами фестиваля стали профильные СМИ, событие получило более 1000 публикаций в СМИ и было поддержано Министерством культуры РФ.

— Создана «Лаборатория Саспенса» — проект в рамках международного кинофестиваля «НСТ Хоррор Фест» при поддержке Министерства культуры РФ. Цель проекта - поиск и поддержка новых авторских проектов российских кинематографистов, содействие развитию дебютного жанрового кино.

— Проведены рекламные кампании к десятилетию телеканалов «Наука», «Моя Планета», «История». Был инициирован специальный выпуск транспортной карты «Тройка» со слоганом событий и дизайном телеканалов; инициировано поздравление телеканалов главой государства, внедрена социальная реклама проектов брендов на медиафасадах и в столичном транспорте; организованы масштабные всероссийские выставки победителей конкурсов телеканалов, в том числе в digital-формате; осуществлены коллаборации с крупными брендами, включая Сбербанк. Выстроена работа по коммуникации и партнерству с министерствами и ведомствами.

— В рамках рекламной кампании в честь дня рождения телеканала «Мосфильм. Золотая коллекция» и празднования 875-летия столицы на сцене, расположенной на Тверской улице, состоялся концерт «Мосфильм. Золотая коллекция. Музыка в кино». В нем приняли участие солисты оперы Государственного академического Большого театра и Московского Государственного Академического детского музыкального театра им. Н. И. Сац.

— Была разработана и проведена успешная маркетинговая и пиар-кампания первого анимационного фильма медиахолдинга «Кощей. Начало». Премьера состоялась в гибридном формате (в кинотеатрах и на онлайн-платформе КиноПоиск HD) из-за неблагоприятной эпидемиологической обстановки и введением ограничений различной степени. Проект стал одним из самых кассовых российских анимационных фильмов 2021 года и был отмечен множеством наград.

— Была разработана и проведена успешная маркетинговая и пиар-кампания анимационного фильма медиахолдинга «Сказочный патруль. Шоу продолжается».

Под руководством Ксении Горягиной вокруг брендов медиахолдинга сформировано журналистское и экспертное комьюнити. Кратно увеличена цитируемость и упоминаемость телеканалов медиахолдинга в федеральных и региональных СМИ. Телеканалы «Доктор», «Наука» и «Моя Планета» выведены в топ-5 цитируемости компании «Медialogия».

Упоминаемость детских киноканалов постоянно растет, в том числе в федеральных СМИ.

Удалось добиться регулярных упоминаний брендов медиахолдинга в таких изданиях, как «Коммерсант», «Ведомости», «РБК», ТАСС, «Комсомольская правда», «АиФ» и многих других.

Телеканалы медиахолдинга получили в совокупности более 100 наград, среди которых такие престижные награды, как «ТЭФИ Кидс», «Серебряный Меркурий», «Медиабренд», «Золотой луч», «Большая цифра», «НПБК», PromaxBDA Europe Awards, «Премия Рунета» и другие.

Дата заполнения

22.05.2025