



Фонд поддержки публичной дипломатии имени А.М.Горчакова

ИНФОРМАЦИЯ О ФОНДЕ

Фонд поддержки публичной дипломатии имени А.М. Горчакова создан распоряжением Президента России 2 февраля 2010 года.

Миссия Фонда – поощрение развития сферы публичной дипломатии и содействие формированию благоприятного для России общественного, политического и делового климата за рубежом. Фонд Горчакова оказывает поддержку российским и зарубежным некоммерческим организациям, и научно-исследовательским центрам внешнеполитической направленности для осуществления проектов, соответствующих уставным целям Фонда, в форме предоставления грантов.

Фонд проводит обучающие программы для начинающих некоммерческих организаций.

Фонд Горчакова проводит мероприятия, направленные на поддержку сферы публичной дипломатии, улучшение внешнеполитического имиджа России за рубежом, а также на достижение иных уставных целей Фонда.

В 2021 году Фондом Горчакова совместно с Россотрудничеством и МГИМО была запущена программа стажировок InteRussia по 8 направлениям, включая международные отношения, журналистика, русистика, медицина, инженерия, театральное искусство. В рамках стажировок участникам предоставляется возможность ознакомиться с достижениями российских ученых, деятелей культуры и практикующих специалистов в производственно-технической сфере, посетить органы государственной власти, принять участие в экспертных сессиях на площадках университетов, аналитических центров и общественных организаций.

Несмотря на активную проектную деятельность и устойчивую репутацию в профессиональном и экспертном сообществе, Фонд Горчакова обладает ограниченной узнаваемостью среди широкой студенческой и молодежной аудитории.

Для значительной части студентов и молодых специалистов Фонд остается «невидимым» на ранних этапах профессионального пути: его деятельность воспринимается как абстрактная и закрытая, и отсутствует понимание, какие возможности Фонд предоставляет лично им.

Дополнительным вызовом является языковой и коммуникационный разрыв между экспертной повесткой Фонда и медиапривычками молодежной аудитории.

В результате потенциально релевантная аудитория не доходит до программ Фонда, а участие в проектах часто ограничивается уже мотивированными и информированными кандидатами.

Сложившаяся ситуация требует переосмысления коммуникационной стратегии, обновления языка, форматов и каналов взаимодействия с молодежью при сохранении экспертности, смысловой глубины и ценностной основы деятельности Фонда.

ПРОБЛЕМА

ЗАДАЧА

Необходимо разработать комплексную коммуникационную стратегию Фонда Горчакова, направленную на повышение узнаваемости Фонда и его программ среди студенческой и молодежной аудитории.

Цели:

- повысить узнаваемость Фонда Горчакова среди студентов и молодых специалистов;
 - сформировать понятный и привлекательный образ Фонда как «точки входа» в сферу международных отношений и гуманитарного сотрудничества;
 - объяснить ценность участия в научно-образовательных программах и стажировках Фонда простым и современным языком;
 - усилить присутствие Фонда в цифровой среде и студенческом сообществе;
 - позволить вовлекать молодежь не только как участников программ, но и как соавторов контента.
-
- студенты бакалавриата и магистратуры российских вузов;
 - молодые специалисты в области международных отношений, политологии, экономики, журналистики и других гуманитарных наук;
 - выпускники профильных вузов, только начинающие свою карьеру;
 - активная молодежь, интересующаяся международной повесткой, образованием, медиа и общественными проектами;
 - лидеры мнений, участники студенческих и молодежных медиа;
 - академическое и экспертное сообщество (*преподаватели, исследователи, координаторы образовательных программ и др.*)

ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ

УСЛОВИЯ

При разработке решений участникам необходимо учитывать:

- специфику некоммерческой организации, созданной государством, и общественную миссию Фонда;
- использование преимущественно цифровых и гибридных каналов коммуникации;
- ориентацию на долгосрочное развитие бренда Фонда в молодежной среде;
- реалистичность и возможность практической реализации предложенных решений.

ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Решением задачи будет считаться развернутое предложение, включающее:

- коммуникационное позиционирование Фонда для молодежной аудитории;
- ключевые сообщения и смысловые акценты, а также voice & tone коммуникаций;
- описание приоритетных каналов и форматов коммуникации, канальной модели (digital / offline / hybrid);
- примеры контентных и коммуникационных инициатив (кампании, спецпроекты, форматы вовлечения, коллаборации, событийные и образовательные механики);
- предложения по интеграции коммуникационной стратегии в текущие проекты Фонда.
- работу с создателями контента и лидерами мнений (UGC), а также способы вовлечения участников программ Фонда в коммуникацию

КОНТАКТЫ

Фонд поддержки публичной дипломатии имени А.М. Горчакова
Алена Исакова, руководитель пресс-службы
office@thegorchakovfund.ru

