



**Panasonic**  
ideas for life



**FERRERO**  
DE «FERRERISCOM»

**OBI**



**SONY**



**KASPERSKY**.ru



**ARMAND**

# УНИВЕРСИТЕТ-ТВ

**lenovo**



сеть кафе  
**ЯПОША**  
СУШИ АНТИСУШИ



**КАРО**  
ФОРМ

**TEVA**



танцевальные студии  
**D-FUSION**  
by GolaDance



PocketBook



**AMD**  
Smarter Choice

**СИТИЛИНК**  
компьютерный дискаунтер



**INNOVA**  
SYSTEMS

**NIVAL**  
NETWORK

**M** МОСКОВСКАЯ  
ПРИВОДЯЩАЯ КОМПАНИЯ

**КРУПНЕЙШИЙ  
КОММУНИКАЦИОННЫЙ  
КАНАЛ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ**

## ОБ УНИВЕРСИТЕТ-ТВ

Телесеть Университет-ТВ основана в 2008 году. На сегодня Университет-ТВ — крупнейший коммуникационный канал для молодежи.

Охват 45% молодежной аудитории Москвы.

Трансляции Университет-ТВ проходят на экранах, размещенных в ВУЗах и идут со звуком.



# ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ УНИВЕРСИТЕТ-ТВ



Ярко выраженная целевая аудитория 16-25.



Отсутствие в ВУЗах рекламной зашумленности. Расположение в местах длительного нахождения.

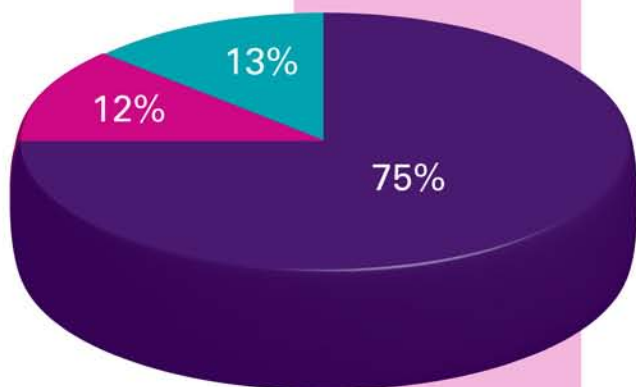
СНИМИ  
КОРОТКИЙ  
ФИЛЬМ  
САМЫЙ



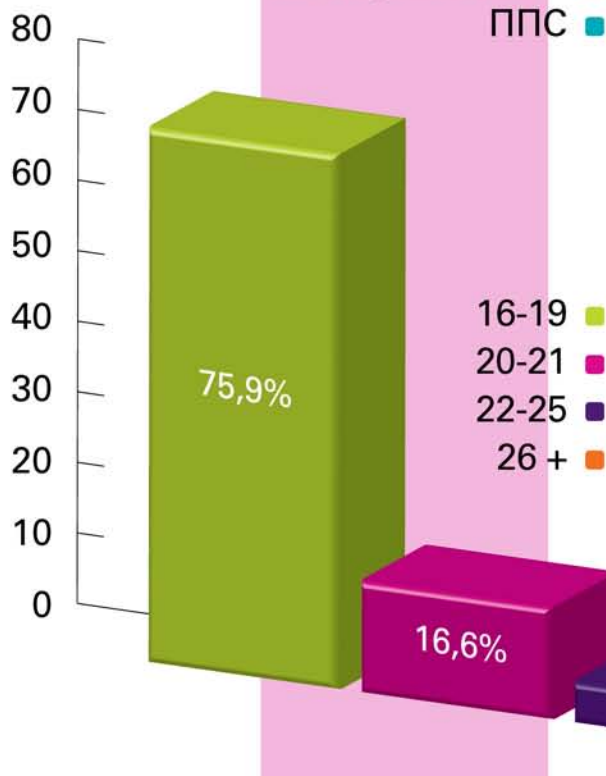
- Интерактивный увлекательный контент
- Карьера для молодежи
- Кинообзоры
- Афиша
- Актуальные молодежные новости
- Обзоры игр, технологии
- Партнерские программы с РИА Новости, Look At Me, ПОПУЛЯРНАЯ МЕХАНИКА, Афиша, Вокруг Света, The Village, A-ONE и т.д.

# ПОРТРЕТ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ (ЦА) УНИВЕРСИТЕТ-ТВ

% от общего состава вузов



Студенты ■  
2-е и доп. образование ■  
ППС ■



**Студенты.** Всего в Москве обучается 899 тыс. студентов. \*

**Дополнительное и второе образование.** (МВА, Доп. Курсы и т.д.) 145 тыс. обучающихся. Ядро 23-30. \*

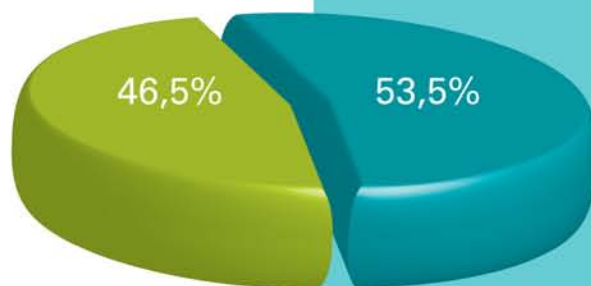
**Профессорско-преподавательский состав.** 150 тысяч человек. \*

Распределение категории студентов по возрастным признакам. ЦА 16-25. Ядро 16-21 год. \*

\* По данным M'Index

В 2012 г. в Московские ВУЗы поступило 899 тыс. студентов. Из них 46,5 % на бюджетные места и 53,5% поступило в ВУЗы на платной основе. \*

\* По информации Министерства образования РФ



■ Платные места  
■ Бюджетные места

Среди студентов преобладают респонденты со средним и высоким достатком (77,0%).\*

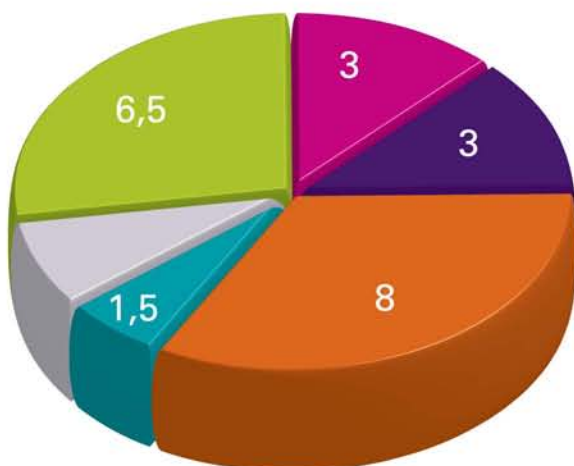
\* По данным M'Index



- равное распределение по полу: 50,1%–Ж и 49,9%–М
- возраст преимущественно 17 - 21 год
- преобладание людей с достатком выше среднего
- энергичные и активные потребители товаров и услуг \*

\* По данным M'Index

## БУДНИ СТУДЕНТА. КАЧЕСТВО И ЧАСТОТНОСТЬ КОНТАКТА УНИВЕРСИТЕТ-ТВ



### День студента по часам

- Работа
- Личное время
- Сон
- Сборы/гигиена
- Дорога
- Нахождение в вузе (включая обед, библиотеку и проч.)

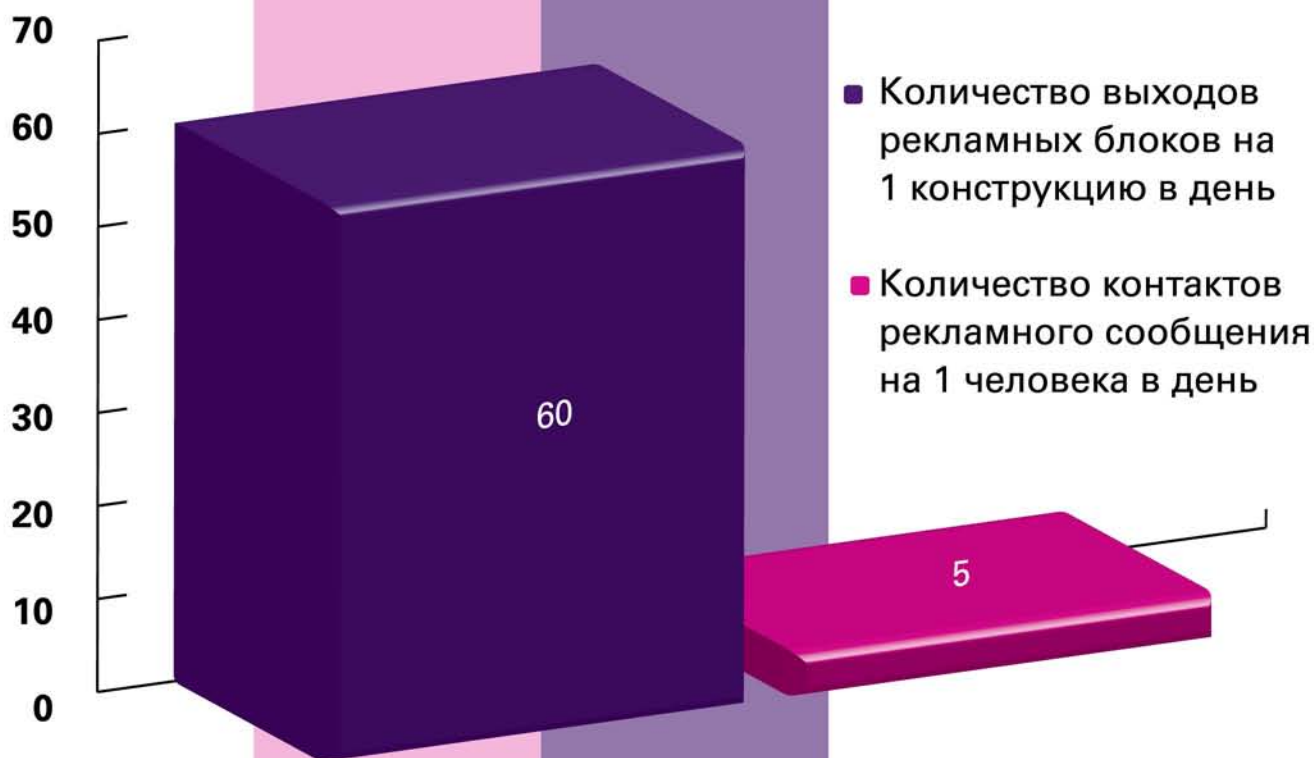
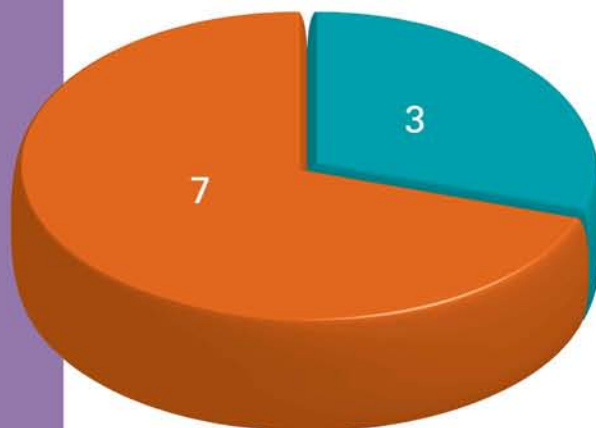
# МЕДИА-ПЛАНИРОВАНИЕ НА УНИВЕРСИТЕТ-ТВ

## Правила выхода рекламы на Университет-ТВ:

- Вещание Университет-ТВ составляет **10 часов** в день (с 9-00 до 19-00)
- Вещание осуществляется **с понедельника по субботу** включительно (исключая воскресенье)
- Трансляция разбита на **10 минутные блоки**

## Минуты

- Контент
- Реклама



# ИНТЕРАКТИВНЫЙ УВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ КОНТЕНТ

## Университет-ТВ -

это не просто экраны со звуком,  
**Университет-ТВ - это настоящее  
студенческое телевидение.**

На Университет-ТВ выходят:

- Выпуски КВН
- Музыка
- Видео и фото самих студентов
- и многое другое..



Университет-ТВ высоко интегрирован в студенческую жизнь путем налаженного общения с молодыми, активными зрителями на близком и родном им языке. Телесеть прививает настоящие жизненные ценности, понятия дружбы, взаимовыручки, чести и достоинства, а программы канала всецело освещают аспекты молодежной жизни.

С нами студенты принимают участие в социальных городских и федеральных программах, становятся участниками значимых и масштабных мероприятий. Канал находится в тесном контакте со зрителем, а зритель принимает активное участие в формировании сетки вещания Университет-ТВ, предлагает свои темы и уникальные режиссерские находки, порой становясь в центре внимания наших материалов.

Закладывая фундаментальные базисные устои нашей молодежи, мы всецело участвуем в построении и объединении сильной, справедливой и процветающей России!



# ПРИМЕРЫ РАСПОЛОЖЕНИЯ ЭКРАНОВ

Трансляции Университет-ТВ проходят на экранах, размещенных в вузах. Трансляции идут со звуком.

Экраны располагаются по всему трафику движения студентов в вузе:

- В столовых и кафе
- В коридорах, переходах между корпусами и холлах
- У расписаний, лифтов и рекреаций



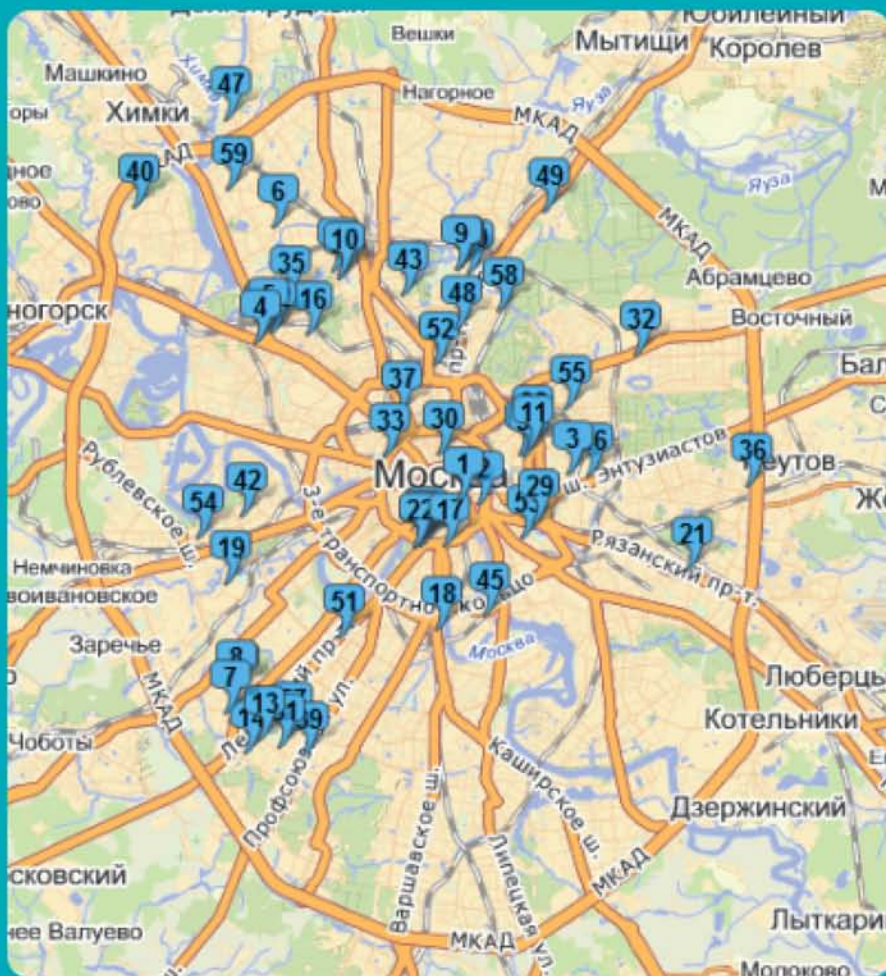


# ОПИСАНИЕ МЕДИА-НОСИТЕЛЯ

## Описание инвентаря:

- Профессиональные LCD панели, высокой яркости, 42 "
- Выносной звук
- Защита от несанкционированного доступа
- Удаленное управление
  - Контентом
  - Включением/выключением
  - Звуком
- Возможность включения бегущей строки

# АДРЕСНАЯ ПРОГРАММА УНИВЕРСИТЕТ-ТВ



В адресной программе Университет-ТВ собраны ведущие ВУЗы Москвы - РУДН, РГУ, РГУ Нефти и Газа, РГСУ, РГТУ им. Баумана, РЭА им. Плеханова, МЭСИ, МИРЭА, РГУФКСиТ, МГЮА, ГУУ, МАМИ и другие.

Университет-ТВ - это более 45% студенчества Москвы.

# УНИВЕРСИТЕТ-ТВ И ПРЕССА

Характеристика <sup>(1)</sup>	Пресса	Университет-ТВ
CPM 16-24 (стоимость 1000 контактов) в руб.	300 - 450	28,7
Affinity Index	Высокий	Высокий
Молодёжный контент	Да	Да
Географическая привязка в Москве	Нет	Да
Звук	Нет	Да
Для рекламной кампании в (руб.)	300 000 р.	292 500 р.
Reach (16-24)	В среднем 150 000 <sup>(2)</sup>	292 000
Frequency	6	130

(1) Все характеристики приведены для рек. кампаний в Москве

(2) По данным TNS Gallup Media, проект NRS - Москва

Сравнения проведены как усредненный показатель лидирующих молодежных журналов (Yes!, Cool Girl и др.). При примерно одинаковых рекламных бюджетах с прессой Университет-ТВ обладает следующими преимуществами:

- **Большим охватом**
- **Частотой увиденной рекламы в 20 раз большей чем в прессе**
- **Большим индексом аффинитивности по ЦА 16-24**

# УНИВЕРСИТЕТ-ТВ И ТЕЛЕВИДЕНИЕ

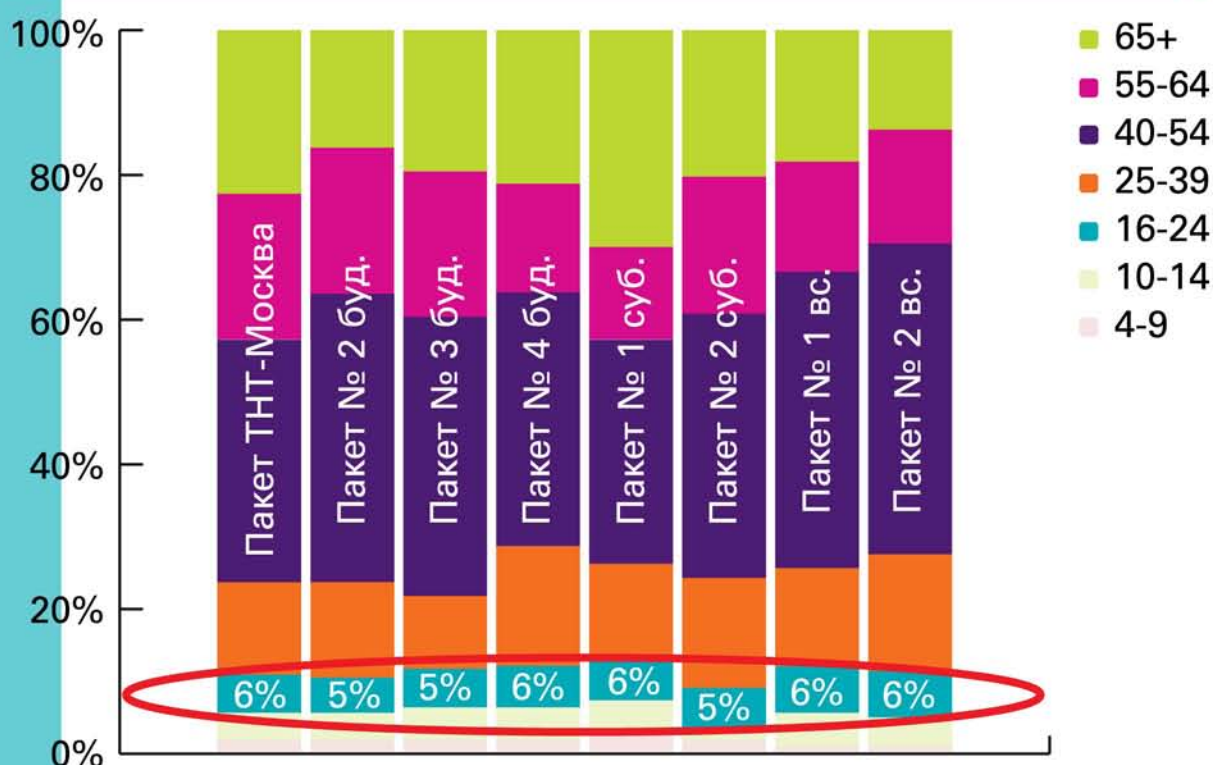
Для сравнения приведен лидер молодежного эфирного Телевидения: ТНТ-Москва.

Доля сегмента 16-24 в общей аудитории ТНТ-Москва составляет 5-6% (см. диаграмму).

Усредненный суточный рейтинг ТНТ-Москва составляет 1,5%.

Соответственно средняя ЦА 16-24 во время одного выхода составляет 8820 человек, при недельной аудитории в 290 тыс. человек. \*

\* По информации TNS Gallup Media

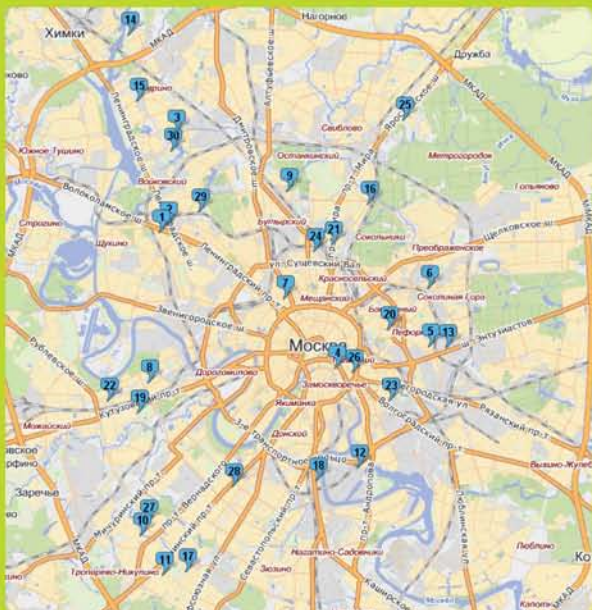


По информации TNS Gallup Media	ТНТ-Москва	Университет-ТВ
Недельная аудитория (человек)	290 000	292 000
Цена рекламной кампании	2 129 949 р.	292 500 р.
Количество контактов в рекламной кампании	1,6 млн.	10,1 млн.
СРТ для аудитории 16-24	1 336 р.	28,7 р.

# УНИВЕРСИТЕТ-ТВ И НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

Для сравнения приведена адресная программа 60 щитов 6х3, расположенных рядом с 30 ВУЗами. Цифры взяты с сайта [www.newsoutdoor.ru](http://www.newsoutdoor.ru) Нужно учесть, что для охвата всех выходов и корпусов ВУЗов нужно взять значительно большее 60 щитов.

30 ВУЗов из адресной программы Университет-ТВ



60 щитов 6х3 расположенных рядом с ВУЗами. С сайта [www.newsoutdoor.ru](http://www.newsoutdoor.ru)



## News Outdoor

## Университет-ТВ

	News Outdoor	Университет-ТВ
Формат	Щиты 6Х3 (60, АБ; 35\25)	15 " ролик в 30 ВУЗах каждый рекламный блок
OTS	5,7 млн.	10,1 млн.
Цена	3,2 млн. рублей	0,29 млн. рублей
Побочная аудитория	89% (уличный трафик)	13% (Преподавательский состав)

# УНИВЕРСИТЕТ-ТВ И ИНТЕРНЕТ

	LOOKAT ME	Афиша	Университет-ТВ
Недельная аудитория 16-24 в Москве (чел.)	80 300 *	375 500 *	292 000
Цена рекламной кампании	2 490 750 р.	3 197 400 р.	292 500 р.
Количество контактов в рекламной кампании	1,5 млн.	6,4 млн.	10,1 млн.
Доля аудитории 16-24 в общем трафике	39,7%		87%

\* По информации TNS Wed Index April 2012

## ИССЛЕДОВАНИЯ ОПРОСА ПО ИТОГАМ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

Клиент: «Subway»

Исполнитель: «Clear Vision Indoor»

Дата проведения опроса: 27 ноября 2012 г.

Цель: Оценка эффективности рекламной кампании на молодежном канале «Университет-ТВ»

Критерий оценки: Процентное соотношение респондентов, обративших внимание на ролик «Subway – рецепт здорового питания» и «Япоша – Мечты сбываются».

Количество респондентов: 1090 человек.

Вопросы	Нет	Да
Обращаете ли Вы внимание на плазмы?	2,2%	97,8%
Видели ли Вы рекламу сети питания «Япоша»?	26%	74%
Видели ли Вы рекламу сети здорового питания «Subway»?	22,2%	77,8%
Знали ли Вы данную марку до рекламной кампании?	15,5%	84,5%
Ассоциируется ли у Вас марка «Subway» со здоровой пищей?	28,9 %	71,1%

Результат опроса показал, что 98% студентов обращают внимание на плазмы, а 78% и 74% видели рекламу марок «Subway» и «Япоша». Более 70% подверглись воздействию рекламного сообщения.

# УНИВЕРСИТЕТ-ТВ РЕКОМЕНДУЮТ



## О размещении на Университет-ТВ.

«Мы всегда стараемся искать новые и эффективные способы продвижения и рады этой возможности размещения видео-рекламы в ВУЗах. Мы появляемся на студенческом телевидении с интересным контентом, что ведет к позитивному восприятию рекламы», - говорит руководитель отдела Маркетинга и PR компании InnoVA Мария Косенкова.

<http://www.sostav.ru/news/2009/08/28/cod7/>

«Задачи по привлечению целевой аудитории, выражаемые в информировании и привлечении молодежи, благодаря данному каналу коммуникаций, успешно реализованы. Готовы рассмотреть телеканал «Университет-ТВ» в рекламных активностях в будущем и рекомендуем другим компаниям, заинтересованным в эффективном продвижении в молодежной среде воспользоваться данным рекламным носителем», - говорит директор по маркетингу и PR танцевальных клубов GallaDance Джана Караева.

# СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ И ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ



Брендирование экранов



Раскладка печатной продукции по ВУЗу



Размещение плакатов на стендах ВУЗа



Проведение разнообразных BTL-кампаний на территории учебных заведений



Размещение на собственных лайтбоксах (световых панелях) в самых проходимых местах ВУЗа



Организация мероприятий с участием активной студенческой аудитории



**Университет-ТВ - компания № 1 на молодежном рынке. Мы рады  
нашему сотрудничеству и сделаем все для продвижения Ваших Идей,  
Товаров и Услуг среди молодежи!**



**Тел: +7 (495) 649-64-64**

**E-mail: [sales@cvg.tv](mailto:sales@cvg.tv)**

**Адрес: г.Москва, Черемушкинский проезд, 3к2**