



УТВЕРЖДЕНО

Решением Учёного совета

ФГБОУ ВО МГППУ

(протокол № 5) от «19» марта 2025 г.

Председатель Учёного совета,

ректор

А.А. Марголис

РЕГЛАМЕНТ

информационной деятельности федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный психолого-педагогический университет»

1. Общие положения

1.1. Настоящий регламент информационной деятельности (далее – Регламент) определяет принципы и порядок реализации информационной деятельности федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный психолого-педагогический университет» (далее – Университет) согласно ежегодному Медиа-плану Университета.

1.2. Настоящий регламент разработан в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2012 года №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (Ст. 29), постановлением Правительства Российской Федерации от 20.10.2021 № 1802 «Об утверждении Правил размещения на официальном сайте образовательной организации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обновления информации об образовательной организации», приказом Рособнадзора от 29.05.2014 № 785 «Об утверждении требований к структуре официального сайта образовательной организации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и формату представления на нем информации», приказом «О разработке и утверждении плана мероприятий по реализации в 2024-2026 годах Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» (№06-14/1619 от 21.11.2024).

Изменения и дополнения в настоящий Регламент вносятся решением Ученого совета Университета.

Настоящий регламент не устанавливает порядок публикаций научных статей.

2. Основные понятия

Структурные подразделения – институты, факультеты, кафедры и др. подразделения Университета, участвующие в реализации информационной политики Университета.

Информационная деятельность – информационно-коммуникационные взаимодействия Университета, включая коммуникации со СМИ, учреждениями и организациями, а также другими заинтересованными сторонами, осуществляемые в интересах Университета, с целью

формирования определенного представления (имиджа, репутации) у целевых аудиторий, информирования аудиторий, получения информации, лоббирования интересов Университета и пр.

Ответственным за информационное сопровождение подразделение Университета (ОИСП) является отдел по информационной политике и связям с общественностью.

Бренд-бук – официальный документ, в котором описывается концепция бренда, атрибуты бренда, целевая аудитория, методы позиционирования Университета и другие данные, которыми руководствуется ОИСП для построения коммуникации с целевыми аудиториями и освещение развития Университета в целом. Бренд-бук содержит полное руководство по фирменному стилю, которое включает в себя подробное описание использования каждого фирменного элемента Университета на различных носителях, как рекламных, так и корпоративных.

Целевые аудитории – аудитории коммуникаций, которые оказывают влияние на деятельность Университета. Целевые аудитории могут выступать как потребителями, так и источниками информации.

- Российские целевые аудитории корпоративных коммуникаций – внешние: абитуриенты (родители абитуриентов); академическое сообщество; институты государства и гражданского общества; партнеры, работодатели; рейтинговые агентства в России и странах СНГ; средства массовой информации; экспертное сообщество, профильные ассоциации; выпускники Университета.

- Российские целевые аудитории корпоративных коммуникаций – внутренние: студенты основных образовательных программ; профессорско-преподавательский состав; научные сотрудники; слушатели дополнительных и дополнительных профессиональных программ; административно-управленческий и технический персонал.

- Зарубежные целевые аудитории корпоративных коммуникаций: органы государственной власти зарубежных стран, институты гражданского общества; зарубежное экспертное сообщество, профильные ассоциации; академическое сообщество, вузы и организации – партнеры Университета; профессиональные ассоциации, консорциумы и сообщества; студенты зарубежных ВУЗов; иностранные граждане – потенциальные абитуриенты Университета; эмигрантские сообщества (соотечественники, проживающие за рубежом); зарубежные партнеры, работодатели; средства массовой информации; рейтинговые агентства; выпускники Университета, работающие за рубежом.

Репутация Университета – динамическая характеристика поведения и образа Университета, формирующаяся у целевых аудиторий в течение достаточно продолжительного периода времени.

Информационная (коммуникационная) политика Университета - совокупность целостных установок (действий) Университета, реализуемых в сфере осуществления внешних и внутренних коммуникаций.

Информационный обмен – ситуативные и периодические обмены материалами, призванными сформировать целостное представление о происходящих событиях.

События – специальные мероприятия структурных подразделений Университета, экспертов Университета, информация о которых влияет на наполнение информационного поля Университета. События, специальные мероприятия нацелены на создание, поддержание и развитие положительного имиджа Университета, формирование дополнительного источника

информации об Университете. На базе события и специального мероприятия Университета осуществляется взаимодействие Университета с целевыми аудиториями.

Эксперты (референтные лица) – сотрудники, преподаватели, руководство Университета (ректор, проректоры по направлениям), имеющие право выступать от имени Университета на публичных мероприятиях, с комментариями в СМИ. Экспертный пул определяется настоящим Регламентом, согласуется с ОИСП и утверждается ректором Университета или иным уполномоченным ректором лицом.

Коммуникационная стратегия – формализованные в документе основные направления и принципы информационной (коммуникационной) политики Университета.

Основные направления корпоративных коммуникаций Университета – деятельность ОИСП и структурных подразделений Университета, а также сотрудников (экспертов), направленная на развитие позитивного имиджа Университета с учетом целевых аудиторий.

К основным направлениям корпоративных коммуникаций Университета относятся:

- Анализ внешней информационной среды, направленный на изучение отношения к бренду ОИСП; деятельности Университета в целом; положения Университета на рынке; взаимоотношений с целевыми аудиториями, репутации и пр.
- Анализ внутренней информационной среды Университета, направленный на формирование адекватного представления о положении Университета; правильное восприятие целей и направлений развития Университета у внутренней аудитории и др.
- Определение на базе проведенного анализа задач и целей взаимодействия с целевыми аудиториями, формирование планов, их реализация и контроль исполнения, включая:
 - взаимодействие и информационный обмен со СМИ, сторонними организациями, представителями целевых аудиторий; организацию PR-кампаний и отдельных мероприятий, включая пресс-конференции, интервью экспертов и руководства Университета с представителями СМИ и другую деятельность, направленную на прямое или косвенное информирование целевых аудиторий о деятельности Университета, выстраивание целевого образа, формирование репутации Университета;
 - развитие внутрикорпоративных коммуникаций в части развития информированности внутренних целевых аудиторий о деятельности, мероприятиях, управленческих решениях руководства и других структурных подразделений Университета;
 - другую деятельность, направленную на формирование у целевых аудиторий позитивного имиджа, репутации и представления об Университете.

3. Цели и задачи информационной деятельности Университета

Целью информационной политики Университета является создание благоприятных информационных условий для достижения целей и решения задач стратегического развития Университета, что предполагает создание уникального публичного образа Университета с новыми возможностями образования, развития науки, карьеры и профессионального консалтинга.

Основные задачи информационной политики Университета:

- улучшение имиджа Университета;
- увеличение плотности и повышение качества информационного потока об Университете для расширения числа лояльных представителей целевых аудиторий Москвы, Московской области, территории Российской Федерации, а также за рубежом;

- ориентация на профилирование информационных поводов (научная и образовательная деятельность, государственная политика в сфере образования, общественно-социальная активность.) в соответствии с профилем деятельности Университета;
- внедрение собственных уникальных поводов для роста предметных упоминаний Университета в информационном поле общественно-социальных и научных СМИ России;
- развитие участия в информационной кампании Университета, партнеров Университета из академической, деловой и правительственной среды;
- ослабление репутационных рисков Университета за счет роста позитивного информационного потока и применения антикризисных коммуникаций.

4. Принципы информационной деятельности Университета

Информационная деятельность Университета должна отвечать следующим **принципам**:

- **Законности:** Университет осуществляет свою деятельность в строгом соответствии с законодательством Российской Федерации. Деятельность в сфере информационного взаимодействия осуществляется согласно требованиям законодательства Российской Федерации о порядке предоставления и рассмотрения информации.
- **Достоверности:** Университет осуществляет предоставление и распространение достоверной информации. Не может предоставляться и распространяться информация, не отвечающая требованию к достоверности.
- **Открытости:** информационная открытость – своевременное предоставление информации о деятельности Университета, доступ к которой специально не ограничен в установленном законодательством Российской Федерации порядке, которая является открытой, общедоступной и достоверной, в формате, удобном для ее поиска и обработки, в том числе в формате открытых данных.
- **Понятности:** предоставление новостей, событий, целей, задач, планов и результатов деятельности Университета в форме, обеспечивающей простое и доступное восприятие обществу информации об их деятельности.
- **Вовлеченности гражданского общества:** обеспечение в порядке, предусмотренном требованиями законодательства Российской Федерации, возможности участия граждан РФ, общественных объединений и предпринимательского сообщества в разработке и реализации управленческих решений с целью учета их мнения и приоритетов, а также создания системы постоянного информирования и диалога, включая механизмы обратной связи;
- **Подотчетности:** раскрытие Университетом в порядке, предусмотренном требованиями законодательства Российской Федерации, информации о своей деятельности с учетом запросов и приоритетов гражданского общества.
- **Динамичности:** коммуникации способствуют развитию Университета, заставляют соответствовать требованиям времени: темпам деловой и экономической активности, спросу со стороны целевых аудиторий Университета. Деятельность Университета осуществляется во взаимной координации.
- **Результативности:** осуществление деятельности в информационном пространстве должно быть направлено на достижение конкретных результатов. В качестве приоритетных результатов Университета определяет, в том числе, большую информированность гражданского общества о результатах деятельности Университета.

5. Механизмы реализации принципов информационной деятельности

На этапе проведения работ по формированию имиджа Университета в информационном пространстве сферы образования и науки, реализация принципов информационного взаимодействия возможна в рамках следующих базовых механизмов:

- контроль за соблюдением нормативно определенных требований к размещению информации на официальном сайте Университета, страницах структурных подразделений;
- формирование информационной деятельности Университета в целом и структурных подразделений Университета;
- контроль за выполнением требований к открытости деятельности Университета и структурных подразделений;
- синхронизация информационных событий Университета и структурных подразделений;
- стандартизация работы и взаимодействия ОИСП и структурных подразделений.

Информация, предоставляемая от имени Университета в СМИ по одному и тому же поводу, должна поступать только из одного источника (одного сотрудника, одного подразделения). Комментирование одного и того же события (факта) разными источниками не допускается.

Информация, исходящая от структурных подразделений Университета должна быть достоверной, точной и соответствовать фактам.

Структурные подразделения обязаны взаимодействовать с ОИСП и предоставлять следующую информацию:

- О межвузовских научных конференциях, семинарах и иных учебно-научных мероприятиях (в начале года – при условии наличия годового плана мероприятий, а так же не позднее, чем за две недели до каждого мероприятия);
- О мероприятиях не научного характера (в начале года – при условии наличия годового плана мероприятий, а так же не позднее, чем за две недели до каждого мероприятия);
- Об исследовательских работах, имеющих важное научное и общественное значение;
- О новых образовательных программах, специальностях;
- Об успехах и достижениях обучающихся и выпускников, научно-педагогических и иных работников Университета в учебной, научной и общественной работе;
- О различных аспектах деятельности подразделений, влияющих на изменение рейтинга Университета, как в России, так и за рубежом;
- Об участии и победах в конкурсах, олимпиадах, соревнованиях и других публичных мероприятиях;
- О международной деятельности (визиты, контракты, договора и т. д.);

Подразделения Университета вправе предоставлять любую иную информацию, которую считают необходимым сообщить широкой общественности.

Информация (сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах независимо от формы их представления) должна предоставляться СМИ своевременно с тем, чтобы инициатива в коммуникационной деятельности оставалась на стороне Университета.

Университет не обязан давать комментарии на любое обращение СМИ, однако, в случае отсутствия заранее согласованного заявления необходимо сформировать в максимально короткие сроки насыщенную фактами информацию для СМИ. При этом структурные подразделения Университета не вправе отказать сотрудникам ОИСП в доступе к информации или в предоставлении любой имеющейся у них информации в соответствии с запросом.

Случаи отказа со стороны структурных подразделений Университета в предоставлении информации ОИСП рассматриваются как нарушение настоящего Регламента.

Университет не комментирует слухи, домыслы и мнения, способные нанести вред репутации третьих лиц, организаций и компаний.

Университет вправе комментировать деятельность сторонних компаний, организаций, давать оценки и комментарии в соответствии с нормами законодательства РФ.

Структурные подразделения Университета вправе комментировать деятельность Университета, а также других структурных подразделений, входящих в состав Университета, в соответствии с соблюдением принципа достоверности.

6. Принципы использования корпоративного бренда

6.1. Университет позиционируется во внешней среде в соответствии со своей Миссией.

6.2. Университет имеет разработанный Бренд-бук, утверждаемый ректором Университета.

6.3. Бренд-бук МГППУ является общедоступным документом.

7. Распределение полномочий и ответственности

Полномочия ректора:

координирует информационное сопровождение деятельности Университета и структурных подразделений;

Проректоры по направлениям предоставляют информацию о деятельности Университета по направлениям своей ответственности.

Полномочия и обязанности ОИСП:

- разрабатывает и реализует коммуникационную политику Университета;
- разрабатывает и контролирует выполнение Регламента информационной деятельности;
- взаимодействует со СМИ, экспертным и профессиональным сообществами, с органами государственной власти и партнерами Университета в рамках своей компетенции и в интересах Университета;
- формирует публичную позицию по вопросам деятельности Университета и его репутации и согласовывает ее с первым проректором, а в случае необходимости с ректором Университета;
- осуществляет мониторинг публикаций российских и зарубежных СМИ в отношении Университета, его структурных подразделений, а также руководства Университета;
- осуществляет мониторинг и работу в социальных сетях;
- получает от структурных подразделений Университета, руководства Университета, проректоров по направлениям деятельности материалы о готовящихся и принятых решениях, которые могут быть отнесены к значимым публичным сообщениям, существенным фактам, информация о которых может быть публично распространена в СМИ;
- согласовывает публикации и интервью в федеральных, региональных, деловых, общественно-социальных и отраслевых изданиях, эфире телевидения, радио, электронных СМИ по запросу подразделений Университета;
- организует и контролирует работу корпоративного сайта Университета;
- организует и координирует взаимодействие структурных подразделений Университета по вопросам их публичного позиционирования на территориях присутствия;

- при необходимости осуществляет обучение ответственных за PR-работу в структурных подразделениях Университета, а также контроль разработки программы информационных поводов в структурных подразделениях Университета;
- при необходимости разрабатывает и утверждает методику оценки эффективности PR- деятельности в структурных подразделениях Университета;
- оказывает содействие в освещении в средствах массовой информации, на официальном сайте вуза в информационно телекоммуникационной сети «Интернет», социальных сетях мероприятий, направленных на сохранение и укрепление традиционных российских духовно-нравственных ценностей, гражданской идентичности, усиление патриотических настроений, в том числе среди молодежи;
- популяризирует мероприятия, проводимые университетом, по поддержке проектов, направленных на продвижение традиционных ценностей в информационно телекоммуникационной сети «Интернет», средствах массовой информации и в книжной индустрии;
- популяризирует мероприятия, проводимые университетом, в средствах массовой информации объектов культурного наследия и нематериального этнокультурного достояния Российской Федерации;
- популяризирует мероприятия, проводимые университетом, по недопущению использования нецензурной лексики в средствах массовой информации, сети Интернет, публичной демонстрации кинопродукции, произведений культуры и искусства;
- популяризирует мероприятия, проводимые университетом, по противодействию излишнему использованию иностранной лексики в публичном пространстве, в произведениях литературы и искусства, средствах массовой информации, образовательной и просветительской деятельности;

Полномочия и обязанности структурных подразделений Университета:

Структурные подразделения Университета не менее чем за 14 дней предоставляют информацию в ОИСП о планируемых событиях, информация о которых может быть распространена в публичном поле. В случае самостоятельного изготовления рекламных материалов для целевых аудиторий, имеющих отношение к деятельности Университета или содержащих упоминание об Университете (видео - ролики, презентации, буклеты, афиши и пр.), структурные подразделения должны согласовывать эти материалы с начальником ОИСП.

- сотрудники структурных подразделений Университета обязаны оказывать содействие сотрудникам ОИСП в подготовке публичной позиции Университета, референтных (публичных) лиц и ответов на запросы СМИ. При подготовке официальной позиции Университета ОИСП направляет в структурные подразделения Университета перечень вопросов, в том числе, по электронной почте;

- ответ на срочные запросы ОИСП должен предоставляться оперативно (в течение не более 2-х часов), при необходимости углубленной подготовки ответа на срочный запрос - не позднее 6 часов с момента получения запроса. В случае подготовки ответа на текущий запрос ОИСП, если срок не указан в запросе, ответ должен быть направлен в ОИСП в течение 2 календарных дней.

- ответственность за качество и достоверность предоставленной информации возлагается на руководителя структурного подразделения Университета, осуществляющего подготовку и передачу в ОИСП соответствующей информации.

- для быстрой и эффективной коммуникации между ОИСП и структурными подразделениями Университета, руководство структурных подразделений должно предоставить в ОИСП актуальные телефоны и электронную почту ответственных лиц.

8. Раскрытие информации об Университете

Раскрытие информации о деятельности Университета осуществляется в объеме, не выходящем за рамки Устава Университета, решений Ученого совета, приказов и распоряжений по Университету, а также условий трудового договора с работниками Университета.

Исключительным правом официальных заявлений, сообщений от имени Университета обладают референтные (публичные) лица Университета.

К референтным (публичным) лицам Университета относятся ректор Университета; проректоры по направлениям деятельности; руководители структурных подразделений (директора институтов, деканы факультетов, начальники отделов) по согласованию с начальником ОИСП; начальник ОИСП.

При необходимости референтное (публичное) лицо вправе привлекать к комментариям других сотрудников Университета.

В случаях участия и предполагаемого выступления сотрудников Университета на конференциях, симпозиумах, семинарах, встречах с экспертным сообществом, тексты (тезисы) их выступлений, содержащие раскрытие информации о финансово-хозяйственной деятельности Университета, его бизнес-стратегии, других существенных фактах должны согласовываться с референтными (публичными) лицами Университета.

9. Информационное сопровождение мероприятий, организованных подразделениями Университета

9.1. Информационное сопровождение осуществляется согласно Приложению 1.

9.2. План информационного сопровождения Университета формируется в четвертом квартале текущего года на следующий календарный год согласно ежегодному плану научных мероприятий, а также ежегодному плану профориентационных мероприятий, в соответствии с настоящим Регламентом и утверждается ректором.

9.3. Приказы по Университету о проведении мероприятий и включающие осуществление информационной поддержки, должны быть переданы в ОИСП для ознакомления не позже 3 недель до проведения мероприятия.

10. Принципы и механизмы взаимодействия со СМИ, распространения и анализа информации об Университете

Университетом используются следующие формы публичной активности:

- ✓ пресс-релиз и пост-релизы;
- ✓ аналитические и информационные материалы для прессы;
- ✓ интервью;
- ✓ комментарии (краткий или развернутый);
- ✓ экспертные интервью (комментарий);
- ✓ встречи с экспертным сообществом;
- ✓ презентации, участие в конференциях, форумах, других публичных мероприятиях;
- ✓ пресс-туры; пресс-конференции.

При контактах со СМИ используются следующие режимы общения:

- «под запись» - все, что сказано, может быть использовано в материалах СМИ, даже в качестве прямой цитаты, при этом автор цитаты обязан потребовать от представителя СМИ предоставить ему используемый журналистом текст цитаты для согласования до публикации;

- «не для записи» («off record») - источник предоставляет информацию только для журналиста, который не будет использовать ее в виде прямой цитаты или иным подобным образом. В этом случае цитирование референтной персоны должно быть в качестве «источника, близкого к Университету» с предварительным согласованием цитаты;

- «для сведения» - журналист вправе использовать полученную информацию, но он не вправе называть источник ее происхождения; «без комментариев» - однозначный и предельно четкий отказ референтной персоны от комментария, подтверждения или опровержения вопроса журналиста.

Все запросы СМИ на предоставление интервью или комментариев от Университета поступают (передаются) в ОИСП, которое ведет переговоры и устанавливает контакты со СМИ по вопросам организации интервью или предоставления комментариев для СМИ от имени референтных (публичных) лиц.

Одной из основных форм информирования СМИ, применяемых в Университете, является подготовка и рассылка от имени Университета в СМИ пресс-релизов и пост-релизов.

11. Принципы подготовки, рассылки в СМИ пресс-релизов и пост-релизов, а также информации об Университете

Пресс-релиз или пост-релиз (сообщение для прессы, информация для прессы) – информационное сообщение в виде анонса или итогов, содержащее в себе новость о существенном (значимом) факте, изложение позиции по вопросу, имеющему актуальное значение в позиционировании Университета или его структурных подразделений, передаваемое для публикации в СМИ или публикуемое на сайте Университета.

При подготовке пресс-релиза или пост-релиза обязательно должны применяться следующие критерии: актуальность, информативность, учет вероятных информационных запросов СМИ.

Пресс-релиз и пост-релиз должны содержать точную информацию, выдержан в доступном читателю и нейтральном стиле изложения информации. Допускается использование в пресс-релизе высказываний референтных персон в формате цитирования. В пресс-релизе и пост-релизе необходимо избегать информационной перегруженности, в том числе чрезмерного использования финансовых и иных показателей, профессионального лексикона, субъективных оценок.

Пресс-релиз и пост-релиз не должен противоречить заявлениям, сделанным Университетом ранее, не должен противоречить публично провозглашенным Университетом корпоративным целям, стратегии и ценностям.

Пресс-релиз и пост-релиз размещается на фирменном бланке Университета с указанием адреса, даты, фамилии контактного лица (подразделения) для общения со СМИ, контактного телефона, адреса электронной почты.

Пресс-релиз и пост-релиз, как правило, состоит из трех частей:

- «лид» - вынесенная в начало главная новость события (его суть), раскрывающая содержание информации;

- «основная часть» - более подробное раскрытие информации;

- «бэкграунд» - информационный материал, представляющий СМИ необходимую информацию о профиле Университета.

Пресс-релиз и пост-релиз рассылается в СМИ по электронной почте. При рассылке должен учитываться предельный срок предоставления информации в СМИ. В первоочередном порядке пресс-релиз и пост-релиз рассылается в федеральные и зарубежные информационные

агентства, в общественно-социальные СМИ, на профильные интернет-ресурсы, далее по специализированному списку рассылки, в зависимости от темы информационного повода. Исключение составляет эксклюзив для СМИ.

Пресс-релиз и пост-релиз может размещаться на официальном сайте Университета, как правило, в переработанном виде в социальных сетях на страницах (пабликах) Университета.

12. Принципы подготовки и размещения информации на официальном сайте Университета и взаимодействие структурных подразделений МГППУ по его наполнению.

В обязательном порядке, в соответствии с постановлением Правительства РФ от 10.07.2013 №582 «Об утверждении Правил размещения на официальном сайте образовательной организации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обновления информации об образовательной организации» на сайте публикуются сведения об образовательной организации, содержащие следующие разделы: «Основные сведения», «Структура и органы управления образовательной организацией», «Документы», «Образование», «Образовательные стандарты» «Руководство», «Педагогический (научно-педагогический) состав», «Материально-техническое обеспечение и оснащенность образовательного процесса», «Стипендии и иные виды материальной поддержки», «Платные образовательные услуги», «Финансово-хозяйственная деятельность», «Вакантные места для приема (перевода)», «Другие сведения в соответствии с законодательством и подзаконными актами Российской Федерации, нормативными документами МГППУ».

Информация на сайте размещается в следующие **сроки**:

- *срочная и оперативная информация* – в течение двух часов с момента получения, а в случае получения менее чем за два часа до окончания рабочего дня – не позднее 12 часов утра следующего рабочего дня. За время рабочего дня принимается временной промежуток с 9 до 18 часов в будние дни; Срочной считается информация поступающая от руководителя подразделения и утвержденная ректором
- *обязательная информация* – информация, представленная в соответствии с законодательством и подзаконными актами Российской Федерации, локальными нормативными документами Университета и не относящаяся к срочной или оперативной – в сроки, установленные соответствующим документом;
- *иная информация* – не позднее семи рабочих дней со дня получения или в иные сроки, согласованные с должностным лицом, предоставляющим информацию.
- *новости факультетов и других структурных подразделений*, работающих со всеми категориями обучающихся или проводящие общеуниверситетские и межведомственные мероприятия, предоставляются регулярно согласно плану мероприятий Университета и (или) по мере появления информации не позднее двух недель до и одной недели после проведения мероприятия.

В случае изменения информации о структурном подразделении новые данные в обязательном порядке отправляются в электронном виде в течение недели после изменения.

Приоритет в размещении на сайте имеют сообщения об изменении учебного расписания, а во время приемной кампании – информация о приеме в Университет, предусмотренная нормативно-правовыми документами Российской Федерации и локальными нормативными актами Университета в части приема граждан в Университет.

Сроки размещения могут увеличиваться при увеличении количества материалов, поступивших на сайт для размещения. Не может быть увеличен срок размещения материалов,

установленный законодательством и нормативными документами Российской Федерации. Информация об увеличении срока размещения с указанием его причин сообщается ее отправителю по электронной почте на адрес, с которого был отправлен материал, сразу же после принятия решения об увеличении срока размещения.

Материалы, полученные для размещения на сайте, ранжируются по приоритету (п.п. 6, 40) и публикуются на сайте в порядке очереди. Информация об очереди материалов к публикации с указанием их регистрационных данных является общедоступной и предоставляется по запросам руководителей структурных подразделений, ответственных за взаимодействие с сайтом и иных заинтересованных лиц. К регистрационным данным материалов, присланных для размещения на сайте, относится: дата и время получения материала; от кого получен материал; в какой раздел размещается материал; приоритет размещения материала; наличие и объем правки материала; дата и время размещения материала/дата и время, причина возврата материала.

В случае проведения технических работ на оборудовании, обеспечивающем работу сайта, информация размещается на сайте в срок не позднее следующего рабочего дня со дня окончания проведения указанных работ или в иные сроки, согласованные с лицом, предоставляющим информацию.

В случае проведения плановых технических работ на оборудовании, обеспечивающем работу сайта, подразделение Университета, ответственное за проведение работ ставит в известность ОИСП не менее, чем за неделю до предполагаемой даты начала этих работ. ОИСП размещает информацию о предполагаемых работах не менее чем за сутки до начала работ.

На сайте **запрещается** размещать:

- несоответствующие настоящему регламенту и (или) недостоверные материалы;
- материалы, содержащие государственную и иную тайну и (или) имеющие конфиденциальный характер;
- материалы экстремистского толка;
- материалы, носящие рекламный характер (коммерческая реклама) и не относящиеся к деятельности Университета;
- материалы, оскорбляющие честь и достоинство граждан;
- другие материалы, запрещенные к публикации законодательством Российской Федерации.

За размещение на сайте информации ответственно ОИСП, за ее предоставление и достоверность – подразделение, предоставившее информацию.

Перед предоставлением на сайт информации по образовательным программам факультеты согласуют ее с отделом по учебной работе. Информация о мероприятиях, проводимых Университетом, и мероприятиях, проводимых подразделениями и имеющих общеуниверситетское значение, предоставляется лицами, ответственными за их организацию. За предоставление информации о незапланированных событиях ответственны руководители подразделений, к компетенции которых оно может быть отнесено.

Актуальные нормативные документы Университета предоставляются структурными подразделениями в соответствии с направлениями их деятельности.

Прочая информация для размещения на сайте готовится ОИСП, по согласованию с подразделениями, в чьей компетенции находится сфера деятельности, описываемая в создаваемом материале.

ОИСП вправе обращаться к структурным подразделениям Университета по вопросам предоставления, размещения, удаления и изменения информации на сайте.

Руководители структурных подразделений Университета обязаны в срок до пяти рабочих дней предоставить запрашиваемые данные, а в случае запроса информации, размещение которой на сайте необходимо в соответствии с законодательством и нормативными документами Российской Федерации – в максимально короткие сроки, но не позднее сроков, установленных соответствующим документом.

Информация готовится подразделениями по шаблонам, разрабатываемыми ОИСП. Шаблоны предоставляются по электронной почте ответственным за взаимодействие с сайтом и иным заинтересованным лицам.

Руководитель структурного подразделения, предоставляющего информацию, несет ответственность:

- за несвоевременное предоставление информации по вопросам своего ведения, в том числе за несвоевременную подачу заявки на изменение или удаление устаревшей или недостоверной информации;
- за предоставление недостоверной информации;
- за несоблюдение установленного настоящим регламентом порядка подготовки информации к размещению на сайте;
- за предоставление информации, нарушающей интеллектуальные права третьих лиц.

Непосредственное взаимодействие с ОИСП по предоставлению информации о структурном подразделении и (или) прочей информации, осуществляет лицо, определенное руководителем структурного подразделения в качестве уполномоченного от подразделения за предоставление и обновление информации на сайте.

Уполномоченный за предоставление информации на сайт от структурного подразделения:

- готовит информацию от подразделения для размещения на сайте;
- согласует ее с руководителем подразделения и направляет ее для размещения на сайте;
- оперативно информирует ОИСП об изменениях информации, размещенной на сайте.

Информацию от структурных подразделений и прочие материалы для размещения на сайте собирает и обрабатывает сотрудник ОИСП, который определяется начальником ОИСП.

Материалы принимаются в электронном виде по электронной почте Университета сотрудником ОИСП, который определяется руководителем ОИСП из числа работников подразделения.

Информация, подготовленная для размещения на сайте, предоставляется ОИСП в следующих форматах: информационные текстовые материалы (новостные сообщения, методические материалы, информация о подразделении и т.д.) – созданные с помощью текстовых редакторов в формате или *.txt, или *.doc, или *.rtf.

Форматирование текстовых материалов (кроме разделения текста на абзацы, нумерованных и иных списков) не применяется. Отступы при красной строке не производятся.

При отправке информации в формате *.txt в сопроводительном файле могут быть указаны сведения о необходимых ссылках, месторасположении фотографий, выделении полужирным начертанием, курсивом.

При отправке информации в формате *.doc или *.rtf в файле допускается выделение полужирным начертанием, курсивом, прочее форматирование при постановке на сайт снимается (кроме разделения текста на абзацы, нумерованных и иных списков).

Фото- и видеоматериалы к информационным текстам предоставляются в отдельных файлах.

Информационные табличные материалы (таблицы, диаграммы и т.д.) – созданные с помощью табличных редакторов в формате .xls. Тип и размер шрифта должны быть одинаковы во всей таблице.

При наличии в файле нескольких листов каждому из них присваивается соответствующее название.

Написание имени файла допускается только буквами латинского алфавита (транслитерацией).

К размещению принимается информация в следующих форматах:

- ✓ нормативные акты Университета – в формате *.pdf, отсканированные листы, на которых присутствуют рукописные надписи (подписи) должностных лиц и (или) гербовая печать МГППУ, в черно-белой цветности или в полноцветном варианте (разрешение 150 dpi) с указанием, что документ является копией (электронным аналогом). Каждый документ предоставляется в одном файле;

- ✓ графические материалы (в том числе фотографии) – в графическом (растровом) формате при условии, что документ имеет формат *.jpg, *.png, разрешение 72 dpi, цветность – 16 миллионов цветов, размер – не более 900 пикселей по горизонтали и вертикали, изображение четкое, размер файла – не более 1 Мб;

- ✓ презентационные материалы (презентации, слайды и т.д.) – созданные с помощью табличных редакторов в формате *.ppt;

- ✓ видео – в формате mpeg4 или flash video;

- ✓ аудио – в формате *.mp3;

- ✓ заархивированные (сжатые) файлы – в форматах *.zip или *.rar;

- ✓ иные материалы – в формате, обеспечивающем возможность их просмотра средствами веб-обозревателя.

При необходимости размещения на сайте документов в отсканированном формате сканирование соответствующих документов производится лицом, их предоставляющим.

Материалы, подготовленные для размещения на сайте, могут состоять из любого количества файлов указанных форматов. Все прилагаемые файлы должны быть заархивированы (без пароля) в один архив формата *.zip или *.rar. Вместе с материалами предоставляется сопроводительный текстовый файл (ReadMe.txt) с указанием назначения публикации, конкретного раздела сайта, в котором необходимо поместить присылаемые материалы, скорости размещения, а также иная необходимая информация по усмотрению отправителя.

Сотрудник ОИСП принимает от подразделений и запрашивает у них от имени ОИСП необходимую информацию, вносит в нее редакторскую правку и размещает на сайте. Материалы, содержащие существенные грамматические, орфографические, пунктуационные, стилистические и смысловые ошибки, возвращаются на доработку отправителю, с указанием необходимых изменений.

Официальные переводы названий структурных подразделений выполняются структурными подразделениями.

Сотрудник ОИСП вправе запросить у лица, представившего информацию, ее согласование с руководителем подразделения и (или) курирующим проректором. В данном случае лицо предоставляет информацию на бумажном носителе с визой руководителя подразделения и (или) курирующего проректора и дублирует ее в электронном виде.

Материалы, не соответствующие требованиям настоящего регламента, не принимаются и на сайте не размещаются, о чем отправитель материала информируется по внутренней электронной почте сразу же после принятия решения об отказе в публикации. Решение о приеме или об отказе в публикации принимается в течение двух часов рабочего времени после получения информации.

Приоритет в размещении информации на сайте устанавливается при сопоставлении следующих критериев:

срочность – если материал со временем потеряет актуальность, если не будет размещен в срок, срочность – в соответствии с законодательством Российской Федерации, локальными нормативными актами Университета и др.;

важность – размещение информации будет способствовать увеличению привлекательности, имиджа, продвижению Университета;

обязательность – в соответствии с законодательством Российской Федерации, локальными нормативными актами Университета;

актуальность – соответствие сведений текущему положению, предоставление информации сразу после прошедшего мероприятия, события;

существенность – информация имеет общеуниверситетское значение или важна для узкой категории обучающихся и сотрудников Университета;

последствия для репутации Университета;

объем редактирования.

При размещении информации на сайте и ее обновлении обеспечивается соблюдение требований законодательства Российской Федерации о персональных данных.

13. Принципы размещения информации в официальных социальных сетях Университета.

14. Информация, опубликованная в новостной ленте на главной странице официального сайта Университета, или в разделе события распространяется в социальных сетях Университета сотрудником ОИСП с учетом целевых аудиторий соответствующих социальных сетей и правил эффективного размещения публикаций.

15. Принципы взаимодействия структурных подразделений МГППУ с сектором визуальных коммуникаций.

15.1. Планирование видео работ сектора визуальных коммуникаций (съемка, монтаж, создание сценария) осуществляется согласно Приложению №1 руководителем сектора совместно с руководителем ОИСП.

15.2. Планирование деятельности сектора визуальных коммуникаций осуществляется ежегодно и отражается в плане информационной деятельности, и подтверждается ежемесячно и еженедельно на собрании отдела. Фиксируется в плане работ сектора.

15.3. Запрос от подразделений Университета на осуществление видео работ сектором визуальных коммуникаций проводится Приказом по Университету с указанием перечня работ, необходимых к выполнению, в срок не менее 2-х недель до планируемого события съемки и не менее 4-х недель в случае, если конечным продуктом является смонтированный видеоролик. К исполнению видео работы принимаются с помощью электронной заявки, отправленной не позже недели до планируемой съемки через электронную заявку по ссылке https://docs.google.com/forms/d/1AC89FBoCVDaBPjBdAVtdYuvhXVFA_KGPwYGl479o_qk/edit

15.4. Окончательное утверждение производится ректором Университета.

Согласовано:

Ведущий юрисконсульт, Орёл В.В.

Начальник отдела по информационной политике и связям с общественностью, Филиппова И.В.

КАТЕГОРИИ МЕРОПРИЯТИЙ И ИХ ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА

	Мероприятия	На страи цу факуль тета	На главную страницу сайта	Календа рь событий	В социальн ые сети МГППУ	Пресс- релиз в СМИ	Пост- релиз в СМИ	Тематич еская работа со СМИ	Поточна я видео- съемка	Видео- анонс	Итогов ый промо- ролик	Интервью со спикерами
ВНУТРИУНИВЕРСИТЕТСКИЕ												
1	Факультетские	1/неде лю	1/ в 2 недели	+	+	-	-	-	-	-	-	-
2	Регионального уровня	-	+	+	+	+	-	-	-	+	+	-
3	Российского уровня	-	+	+	+	+	+	по запросу СМИ	+	+	-	+
4	с международным участием	-	+	+	+	+	+	по запросу СМИ	+	+	+	+
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ												
5	Лекции				+				+	+	-	+
6	Мастер-классы	+	+	+	+	-	-	-	+	+	-	+
ВНЕШНИЕ (организаторами выступают другие юридические лица)												
7	Участвуют факультеты, или представители	+	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-
8	Участие всего университета	+	+	+	+	+	+	по запросу СМИ	-	-/+	+	+

I категория «Приоритет»: мероприятия, проведение которых решает приоритетные задачи развития Университета. Получают полную информационную поддержку.

II категория «Стандарт»: мероприятия с участием всех подразделений Университета. За исключением поточной съемки, интервью спикеров, пост-релиза в СМИ.

III категория «Базовая»: мероприятия локального значения с привлечением внешних аудиторий. За исключением работы видео-сектора.

IV категория «Элементарные»: мероприятия локального значения. Размещение на странице факультета.

+ - вид информационной поддержки оказывается

- - вид информационной поддержки не оказывается