

Утвержден приказом

от 19 февраля 2024 г. № 328-Д

**Регламент
реализации информационной политики
ФГАОУ ВО «Северо-Кавказского федерального университета»**

Оглавление

1.	Общие положения	3
1.1.	Нормативная база	3
1.2.	Понятия, используемые в настоящем Регламенте	3
1.3.	Цели и принципы информационной политики Университета.....	5
1.4.	Направления информационной политики.....	6
1.5.	Распределение полномочий и ответственности	7
2.	Календарный план мероприятий СКФУ (Календарный план)	9
2.1.	Основные положения о Календарном плане	9
2.2.	Ответственные за ведение Календарного плана	9
2.3.	Информационное освещение мероприятий, включенных в Календарный план	9
3.	Официальные социальные медиа СКФУ	10
3.1.	Понятие официальных социальных медиа СКФУ	10
3.2.	Права на официальные социальные медиа СКФУ.....	11
3.3.	Реестр соцмедиа СКФУ	11
3.4.	Принципы ведения официальных социальных медиа СКФУ.....	12
3.5.	Ведение официальных социальных медиа СКФУ	13
4.	Информационное освещение деятельности СКФУ.....	14
4.1.	Инфоповоды для информационного освещения	14
4.2.	Требования к материалам для информационного освещения	15
5.	Сайт СКФУ	16
5.1.	Порядок предоставления информации для размещения на сайте СКФУ	16
5.2.	Порядок размещения информации на сайте	16
5.3.	Особенности оформления материалов для сайта.....	16
6.	Авторское право.....	17
6.1.	Служебные произведения СКФУ	17
6.2.	Защита авторских прав.....	17
7.	Заключительные положения.....	17

1. Общие положения

1.1. Настоящий Регламент информационной политики (далее – Регламент) Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет» (далее - СКФУ) разработан в соответствии с законодательством Российской Федерации, Уставом СКФУ, российской и международной практикой корпоративного управления.

1.2. Регламент определяет принципы и порядок реализации информационной политики СКФУ, регламентирует способы и рамки предоставления информации о деятельности СКФУ.

1.3. Регламент устанавливает порядок взаимодействия по вопросам корпоративных коммуникаций между структурными подразделениями и целевыми аудиториями СКФУ.

1.4. Изменения и дополнения в настоящий Регламент вносятся директором по информационной политике СКФУ и утверждаются ректором.

1.1. Нормативная база

Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».

Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Закон Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации».

Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая).

1.2. Понятия, используемые в настоящем Регламенте

Администратор Календаря – работник СКФУ, который имеет права доступа ко всем мероприятиям в 1С: Документооборот: Календарь СКФУ.

Брендируемая продукция – сувенирная, подарочная, выставочная, печатная, информационная, рекламная, оформительская, навигационная, интерьерная продукция; фирменная и форменная одежда; рекламно-полиграфическая продукция.

Бренд-надзор – контроль за соблюдением стандартов фирменного стиля СКФУ при производстве и размещении рекламной и сувенирной продукции.

Внешние медиа – средства массовой информации, социальные медиа, принадлежащие любым организациям и учреждениям, авторские блоги.

Внешние целевые аудитории СКФУ (внешние ЦА) – учредитель, государственные и гражданские институты, академическое сообщество, экспертное сообщество, партнеры и работодатели, рейтинговые агентства, абитуриенты, СМИ, выпускники СКФУ, иные лица.

Внутренние целевые аудитории СКФУ (внутренние ЦА) – студенты, аспиранты, абитуриенты и их родители, профессорско-преподавательский состав, административно-управленческий и технический персонал.

Заинтересованные лица – Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, работники, студенты, аспиранты и другие лица.

Информационная политика СКФУ – совокупность установок и действий, реализуемых в сфере осуществления внешних и внутренних коммуникаций СКФУ.

Информационный повод (далее- Инфоповод) – это событие, акт или ситуация, которые привлекают или потенциально могут привлечь значительное внимание и интерес со стороны общественности и СМИ (Приложение № 1).

Информационное освещение деятельности СКФУ – размещение информации в публичном пространстве о ключевых мероприятиях и событиях во внешних (СМИ, социальные медиа) и корпоративных (сайт СКФУ, официальные социальные медиа СКФУ) медиа. Информационное освещение включает в себя следующие форматы: размещение анонсов, релизов, пост-релизов, баннеров, фото, видео, аудио-контент и т.п.

Календарный план мероприятий СКФУ (далее – Календарный план) – перечень событий и мероприятий, которые организуются или проводятся СКФУ и (или) в которых представители СКФУ принимают участие.

Календарь СКФУ – система электронного планирования мероприятий в информационной системе СКФУ 1С: Документооборот (далее – Календарь).

Контент-план СКФУ – составленный заранее график публикаций для социальных сетей, блога или сайта. В СКФУ применяется ежегодный, ежемесячный и еженедельный Контент-планы СКФУ.

Локальное мероприятие – мероприятие, проводимое на уровне структурного подразделения или определенной группы СКФУ.

Медиа – информационные каналы для передачи коммуникационного сообщения целевой аудитории.

Ответственные за информационное освещение работники СКФУ – работники СКФУ, назначенные Руководителями информационных направлений для выполнения задач по информационному освещению деятельности направления или структурного подразделения (формирование Календарного плана путем внесения данных в 1С: Документооборот; ведение или курирование официальных социальных медиа СКФУ; обновление информации на сайте СКФУ).

Официальное социальное медиа СКФУ – сообщество, зарегистрированное в установленном порядке в одной из социальных сетей, закрепленное за структурным подразделением СКФУ, с использованием фирменной символики СКФУ в соответствии с утвержденным брендбуком, в котором публикуется информация, имеющая отношение к деятельности структурного подразделения СКФУ и внесенное в Реестр официальных социальных медиа СКФУ.

Регистрационная карточка – форма мероприятия в Календаре СКФУ.

Реестр официальных социальных медиа СКФУ (далее – Реестр соцмедиа СКФУ) – единая база данных официальных социальных медиа СКФУ и его структурных подразделений, содержащая информацию о сообществах, которым присвоен статус официального социального медиа СКФУ. Реестр ведет Медиацентр СКФУ.

Руководители информационных направлений СКФУ – проректоры, отвечающие за направления (научная и исследовательская работа, образовательная деятельность, молодежная политика, международная политика); директора по направлениям детальности (информационная политика, стратегическое развитие), директора филиалов, институтов и высших школ; деканы факультетов; руководители структурных подразделений, деятельность которых необходимо освещать во внешних и корпоративных медиа.

Пользователь Календаря – работник структурного подразделения СКФУ, ответственный за заполнение регистрационной карточки мероприятия в Календаре.

Символика СКФУ – система элементов фирменного стиля, которая несет во внешний мир его миссию и создает его визуальный отличительный принцип. В систему символики входят: логотип, слоган, набор фирменных цветов и шрифтов.

Спикеры СКФУ – работники СКФУ, имеющие право выступать от имени СКФУ на публичных мероприятиях, с комментариями в средствах массовой информации.

УИСО – управление по информации и связям с общественностью СКФУ.

Учредитель СКФУ – Министерство науки и высшего образования Российской Федерации.

Целевые аудитории СКФУ – аудитории, которые оказывают влияние на СКФУ или заинтересованы в его продуктах.

Экспертный пул – список экспертов СКФУ, утверждаемый директором по информационной политике, имеющие право выступать от имени СКФУ на публичных мероприятиях, с комментариями в средствах массовой информации по направлению деятельности.

1.3. Цели и принципы информационной политики Университета

Информационная политика СКФУ направлена на:

- наиболее полное удовлетворение информационных потребностей Целевых аудиторий СКФУ, а также иных лиц, заинтересованных в достоверной информации об СКФУ;
- поддержание уровня деловой репутации СКФУ;
- формирование общественного мнения, благоприятного для реализации стратегических задач СКФУ.

Информационная политика СКФУ должна отвечать следующим принципам:

- законности – соблюдения требований действующего законодательства Российской Федерации;
- этичности – соблюдения норм этики и авторского права, а также права человека на собственное изображение;
- открытости и доступности – обеспечение доступа к информации о деятельности университета;

- достоверности – предоставление информации, соответствующей действительности и достаточной для понимания;
- оперативности – все участники коммуникационных процессов осознают особенность новых медиа – приоритет оперативности опубликования информации;
- защиты авторских прав на собственные произведения и собственные изображения;
- защиты конфиденциальной информации.

Основными целями информационной политики СКФУ являются:

- обеспечение прозрачности и открытости деятельности СКФУ;
- обеспечение прав граждан на получение своевременной, достоверной, полной и разносторонней информации о деятельности СКФУ;
- последовательная реализация официальной информационно-имиджевой политики СКФУ, направленной на позиционирование и приобретение конкурентных преимуществ СКФУ;
- реализация информационной политики Минобрнауки России;
- обеспечение эффективной коммуникации с широкими слоями общественности, целевыми аудиториями СКФУ, медиа;
- популяризация науки и образования.

1.4. Направления информационной политики

Информационная политика реализуется посредством широкого информирования общественности о различных сторонах деятельности СКФУ через взаимодействие со СМИ, заинтересованными лицами и целевыми аудиториями, а также посредством корпоративных и онлайн источников информации (сайт СКФУ, корпоративные издания, социальные группы и сообщества в сети Интернет).

Направления информационной политики:

- организация системы сбора, обработки и анализа информации о деятельности СКФУ и его подразделений;
- защита публикаций от недостоверной и негативной информации, нейтрализация последствий негативных публикаций.
- создание системы эффективного освещения деятельности СКФУ в СМИ, социальных и иных медиа;
- разработка и реализация системы внутрикорпоративных коммуникаций, развитие официальных социальных медиа СКФУ;
- развитие студенческих медиа, привлечение обучающихся к реализации информационной политики СКФУ;
- координация действий структурных подразделений СКФУ по вопросам взаимодействия со СМИ и развития корпоративных медиа;
- бренд-надзор;
- реализация рекламных кампаний с целью продвижения услуг СКФУ.

1.5. Распределение полномочий и ответственности

Директор по информационной политике отвечает за:

- взаимодействие с Департаментом информационной политики и комплексной безопасности Министерства науки и высшего образования Российской Федерации;
- формирование и реализацию информационной политики СКФУ;
- координацию деятельности структурных подразделений СКФУ по вопросам их публичного позиционирования во внешней среде;
- формирование пула спикеров СКФУ;
- координацию расходов на информационное освещение деятельности СКФУ и его структурных подразделений;
- освещение деятельности СКФУ в СМИ;
- развитие корпоративных медиа СКФУ и его структурных подразделений;
- формирование на основе Календарного плана годовых, ежемесячных и еженедельных медиапланов для СМИ и Контент-планов для медиа СКФУ, подготовку и размещение контента в корпоративных медиа СКФУ;
- организацию работы корпоративного сайта СКФУ.

Управление по информации и связям с общественностью отвечает за:

- развитие корпоративного сайта СКФУ и размещение информации, полученной от структурных подразделений СКФУ;
- обеспечение информационного сопровождения деятельности СКФУ в СМИ и иных медиа;
- ведение официальных социальных медиа СКФУ:
https://vk.com/ncfu_main; <https://t.me/ncfulife>; <https://ok.ru/group/57377608171624>;
<https://dzen.ru/ncfu>; <https://rutube.ru/channel/23921803/>.

Медиацентр отвечает за:

- координацию развития официальных социальных медиа СКФУ;
- создание условий для развития официальных медиа СКФУ;
- координацию деятельности ответственных работников за ведение информационной работы в СКФУ в структурных подразделениях СКФУ;
- мониторинг результативности и эффективности работы по реализации информационной политики СКФУ структурными подразделениями СКФУ и внесение предложений по поощрению ответственных лиц;
- создание условий для развития экосистемы молодежных информационных площадок и реализации новых медийных проектов;
- ведение Реестра соцмедиа СКФУ;
- реализацию совместных проектов с Медиацентром Минобрнауки России;
- ведение официальных социальных медиа СКФУ:
<https://vk.com/ncfu.mediatsenter>; <https://t.me/ncfyMediatsenter>;
<https://ok.ru/group/70000003586152>; <https://rutube.ru/channel/31875873>;
https://dzen.ru/ncfu_media.

Руководители информационных направлений отвечают за:

- формирование стратегии информационного сопровождения курируемых направлений;
- определение пула спикеров по направлениям деятельности;
- подготовку информации и согласование стратегически важных материалов в СМИ об СКФУ по направлению деятельности;
- формирование ежегодного и ежемесячного Календарных планов СКФУ в системе 1С: Документооборот;
- качественную подготовку материалов для их размещения во внешних и корпоративных медиа;
- размещение информации о структурном подразделении на сайте СКФУ по направлению деятельности и страницах подразделения;
- закрепление работника и лица, его замещающего, ответственных за информационное освещение по направлениям деятельности, а также своевременную передачу данных о них в Медиацентр.

Ответственные за информационное освещение работники СКФУ в структурных подразделениях СКФУ отвечают за:

- ведение или курирование официальных социальных медиа структурных подразделений СКФУ;
- координацию всех аккаунтов, подведомственных структурному подразделению;
- своевременное внесение данных в Календарный план СКФУ;
- своевременное предоставление и регулярное обновление информации на своих страницах сайта СКФУ.

Высшая школа креативных индустрий отвечает за:

- синхронизацию учебных программ профильных специальностей с задачами информационной политики СКФУ;
 - взаимодействие с Медиацентром с целью создания контента силами студентов, обучающихся профильным специальностям;
 - взаимодействие с Медиацентром с целью обучения медиа-волонтеров;
 - бренд-надзор в СКФУ.
- Департамент развития и маркетинга отвечает за:
- проведение маркетинговых и социологических исследований с целью изучения общественного мнения и интересов целевых аудиторий;
 - анализа рынка образовательных и иных услуг, проведение конкурентного анализа;
 - разработку стратегии и модели позиционирования СКФУ, формирование пула экспертов СКФУ;
 - координацию стратегий и объемов финансовых затрат на проведение рекламных кампаний СКФУ.

2. Календарный план мероприятий СКФУ (Календарный план)

2.1. Основные положения о Календарном плане

Основными целями формирования Календарного плана являются:

- создание целостной системы мероприятий СКФУ;
- координация взаимодействия структурных подразделений СКФУ для организации мероприятий;
- качественное информационное обеспечение мероприятий СКФУ.

Календарный план СКФУ формируется в программе 1С: Документооборот путем внесения данных о мероприятии в раздел: «Совместная работа» – «Все мероприятия» – папка «Инфо-Повод».

Календарный план на следующий календарный год формируется не позднее 20-го декабря, предшествующего ему года и представляет собой информацию о планируемых мероприятиях по установленной форме (Приложение №2).

Календарный план на следующий месяц формируется не позднее 25-го числа предшествующего ему месяца. Внеплановые мероприятия носят в Календарный план не позднее, чем за 3 рабочих дня до начала по установленной форме (Приложение №2).

На основании годового и ежемесячного Календарных планов формируется детализированный недельный Календарный план.

Вход в Календарь СКФУ доступен Администраторам и Пользователям Календаря путем ввода логина и пароля в системе 1С: Документооборот.

Данные о мероприятиях должны содержать необходимую информацию в соответствии с Требованиями к содержанию информации для включения в Календарный план мероприятий СКФУ (Приложение № 2).

2.2. Ответственные за ведение Календарного плана

За актуальность, полноту, достоверность и своевременность предоставления данных в Календарный план отвечают Руководители информационных направлений.

Внесение данных в Календарный план мероприятий СКФУ возлагается на Ответственных за информационное освещение работников СКФУ, назначаемых Руководителями информационных направлений.

2.3. Информационное освещение мероприятий, включенных в Календарный план

Мероприятия общевузовского, городского, краевого, всероссийского, международного уровня, а также с участием ректора СКФУ проводятся в соответствии с годовым и месячным Календарными планами.

Информационное освещение мероприятий (информация на сайте и в официальных социальных медиа СКФУ, анонсы, участие СМИ, фото и видеосъемка) осуществляется по решению директора по информационной

политике, на основе данных, своевременно внесенных в Календарный план СКФУ согласно п.2.1.

УИСО вправе направить ответственному работнику запрос на дополнительную информацию, необходимую для информационного освещения мероприятий.

Сроки исполнения запросов от УИСО на предоставление информации:

- обычный запрос – 1 рабочий день;
- срочный запрос – в течение 3-х часов.

Ответ на запрос может представляться на почту: press@ncfu.ru.

3. Официальные социальные медиа СКФУ

3.1. Понятие официальных социальных медиа СКФУ

Официальное социальное медиа СКФУ – эффективный канал коммуникации с целевыми аудиториями, информирования населения о деятельности СКФУ.

Официальные социальные медиа СКФУ могут быть созданы на следующих площадках: ВКонтакте, Телеграм, Одноклассники, Дзен, Rutube в соответствии с Реестром социальных сетей Российской Федерации.

Филиалам, институтам, факультетам и школам СКФУ рекомендуется вести официальные социальные медиа на площадках ВКонтакте и Телеграм.

Официальным социальным медиа СКФУ считается аккаунт, зарегистрированный в установленном порядке в одной из социальных сетей, закрепленный за структурным подразделением университета, с использованием фирменной символики университета и структурных подразделений в соответствии с утвержденным брендбуком, в котором публикуется информация, имеющая отношение к деятельности структурного подразделения университета, внесенный в Реестр соцмедиа СКФУ (п 3.3.).

Направления развития социальных медиа СКФУ:

- активное присутствие университета в социальных медиа в рамках, установленных законодательством Российской Федерации;
- создание и распространение качественного, достоверного и оригинального контента об СКФУ;
- продвижение корпоративной культуры и ценностей СКФУ;
- двусторонняя коммуникация обучающихся, слушателей и работников университета с пользователями социальных медиа, основанная на принципах уважения, открытости и соблюдения этических норм;
- оперативное реагирование на запросы и сообщения пользователей в социальных медиа;
- обеспечение безопасности официальных медиа СКФУ;
- нивелирование негативной информации в социальных медиа в адрес СКФУ, работников, обучающихся и слушателей.

3.2. Права на официальные социальные медиа СКФУ

Права на аккаунты официальных социальных медиа СКФУ и контент, размещенный в них, принадлежат СКФУ.

Официальные социальные медиа СКФУ должны быть оформлены на корпоративный мобильный номер, принадлежащий Медиацентру СКФУ.

Медиацентр СКФУ оказывает консультационную и методическую помощь в оформлении и переоформлении официальных социальных медиа СКФУ на корпоративные номера.

Ведение официальных социальных медиа СКФУ осуществляют Ответственные за информационное освещение работники СКФУ или иные лица, уполномоченные Руководителями информационного направления.

Руководитель информационного направления отвечает за назначение администраторов своего официального социального медиа СКФУ и несет ответственность за содержание материалов, размещенных на странице, комментариях и сообщениях, отправленные со страницы.

В случае смены администратора официального социального медиа СКФУ данные об администраторе направляются в Медиацентр СКФУ в течение 5 (пяти) рабочих дней с даты смены администратора.

Официальные социальные медиа СКФУ должны иметь набор отличительных знаков (товарный знак/логотип, слоган, элементы фирменного стиля), необходимых для определения принадлежности страницы к бренду СКФУ и его структурных подразделений, а также идентификацию СКФУ – указание в «шапке» профиля страницы одного из следующих возможных обозначений университета: СКФУ, Северо-Кавказский федеральный университет, NCFU.

Официальные социальные медиа СКФУ находятся в ведении:

- официальные социальные медиа СКФУ – в ведении директора по информационной политике;
- официальные социальные медиа структурных подразделений и тематических направлений, соответствующих направлению деятельности, – в ведении Руководителей информационных направлений и Медиацентра;
- официальные социальные медиа студенческих, творческих организаций – в ведении проректора по молодежной политике и Медиацентра.

3.3. Реестр соцмедиа СКФУ

Создание нового официального социального медиа СКФУ осуществляется по согласованию с директором по информационной политике после принятия решения о внесении в Реестр соцмедиа СКФУ.

Заявка на создание официального социального медиа СКФУ подается Руководителем информационного направления по установленной форме (Приложение 3) директору по информационной политике.

Директор по информационной политике рассматривает заявку в течение 5-х (пяти) рабочих дней. В случае необходимости инициатору создания страницы могут быть направлены уточняющие вопросы через 1С: Документооборот.

Заявка может быть отклонена в случаях:

- если у сообщества отсутствуют перспективы развития;
- концепция сообщества не связана с университетом;
- задачи сообщества могут быть реализованы с помощью других уже существующих официальных социальных медиа СКФУ.

В случае согласования заявки Руководителю информационного направления направляется информация о факте согласования через 1С: Документооборот. Данные о сообществе автоматически вносятся в Реестр соцмедиа СКФУ.

За ведение Реестра соцмедиа СКФУ отвечает Медиацентр СКФУ.

Сообщества, которые создаются обучающимися, слушателями или работниками университета как рабочий инструмент по организации работы по реализации проекта/мероприятия и имеют закрытый статус страницы, не относятся к системе официальных представительств СКФУ в социальных медиа.

3.4. Принципы ведения официальных социальных медиа СКФУ

В процессе ведения официальных социальных медиа СКФУ следует руководствоваться следующими принципами:

- соблюдение норм русского языка;
- проявление такта и вежливости, самообладания в коммуникации;
- уважение личного пространства;
- соблюдение этических норм;
- уважение к другим мнениям, убеждениям, взглядам, праву выбора, религиям, национальностям;
- соблюдение авторских прав, норм законодательства Российской Федерации в сфере защиты результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации;
- размещение качественного контента;
- защита деловой репутации университета.

В официальных сообществах и на персональных страницах работников, обучающихся и слушателей, в профиле которых университет указан как место работы или учебы, не допускается:

- публикация фото-, аудио- и видеоматериалов с участием обучающихся/слушателей/преподавателей/иных работников университета без их согласия;
- использование символики университета в негативных материалах, в частности, в контексте политической, идеологической, расовой, национальной или религиозной ненависти или вражды;
- использование ненормативной лексики;
- публикация материалов, порочащих честь и достоинство обучающихся, слушателей, работников университета и деловую репутацию СКФУ, содержащих пренебрежительное и оскорбительное отношение к работникам, обучающимся и слушателям;

- публикация материалов, нарушающих законодательство Российской Федерации;
- публикация материалов, которые содержат недостоверную информацию о деятельности СКФУ;
- распространение информации с целью опорочить гражданина Российской Федерации или отдельные категории граждан по признакам пола, возраста, расовой или национальной принадлежности, языка, отношения к религии, профессии, места жительства и работы, а также в связи с их политическими убеждениями;
- публикация материалов, которые искажают смысл локальных нормативных актов и распорядительных документов, принимаемых в СКФУ.

3.5. Ведение официальных социальных медиа СКФУ

Ведение официального социального медиа СКФУ осуществляет Администратор сообщества – работник или студент СКФУ, на которого возложена данная функция.

Администратор официального социального медиа СКФУ обязан вступить в рабочую группу администраторов официальных социальных медиа СКФУ, которую ведет Медиацентр СКФУ: <https://chat.whatsapp.com/EKdflUN1GAQ9OvNRN0uuuN>, а также в иные предложенные рабочие группы и чаты.

В части ведения администраторы официальных социальных медиа СКФУ координируются Медиацентром и должны выполнять требования и рекомендации Медиацентра.

Администратор официального социального медиа СКФУ обязан:

- соблюдать принципы ведения официальных социальных медиа СКФУ, установленные в п.3.4;
- обеспечивать кросс-размещение значимых материалов из официальных социальных медиа СКФУ («поделиться») в течение 1-2 часов после публикации, а также способствовать увеличению числа просмотров и вовлеченности аудитории (лайки, комментарии);
- соблюдать нормы законодательства о рекламе в части ведения социальных медиа;
- не допускать использование страницы как средства распространения недостоверной информации;
- осуществлять регулярное размещение постов не менее 2 (двух) публикаций в неделю;
- осуществлять модерацию сообщества – оперативно, ежедневно отвечать на запросы пользователей, которые поступают в личные сообщения страницы и в комментариях;
- предоставлять по запросу руководителя Медиацентра СКФУ статистику эффективности ведения страницы иную информацию;
- публиковать по поручению руководителя Медиацентра официальную информацию, делать репосты;

- создавать по поручению руководителя Медиацентра тематические линии с использованием соответствующих хештегов;
- во всех постах использовать хештег: #СКФУ.
- отмечать официальные страницы университета;
- отмечать страницы официальных партнеров СКФУ, социально значимых проектов, органов государственной власти (например, Минобрнауки России), структурных подразделений СКФУ (не допускается отмечать аккаунты частных компаний, деятельность которых не связана с университетом), либо размещение сведений о которых не разрешено в рамках заключенных договорах о сотрудничестве и др.).

3.6. Финансовое обеспечение развития официальных социальных медиа СКФУ

Не допускается создание официальных социальных медиа СКФУ для получения материальной выгоды с целью продажи справок, написания курсовых и дипломных работ и иной документации, посреднической деятельности.

Расходы и методы продвижения официальных социальных медиа СКФУ согласовываются с директором по информационной политике.

Средства, полученные в результате монетизации контента в официальных социальных медиа СКФУ могут быть израсходованы по согласованию с Руководителем информационного направления в целях продвижения данного сообщества или на производство контента для него.

В целях соблюдения норм законодательства о рекламе в части обязательной маркировки, любая бесплатная, бартерная (кроме социальной рекламы и информации о собственных продуктах и услугах) реклама в официальных социальных медиа СКФУ подлежит обязательной маркировке, а данные о ней должны быть переданы в Единый реестр интернет-рекламы (ЕРИР).

4. Информационное освещение деятельности СКФУ

4.1. Инфоповоды для информационного освещения

Под информационным освещением деятельности СКФУ понимается размещение информации в публичном пространстве о ключевых мероприятиях и событиях во внешних (СМИ, социальные медиа) и корпоративных (сайт СКФУ, официальные социальные медиа СКФУ и др.) медиа силами УИСО.

В качестве основного источника Инфоповодов для публикации материалов во внешних и корпоративных медиа выступает Календарный план, данные в который через систему 1С: Документооборот вносят структурные подразделения по установленной форме (Приложение № 2).

УИСО по согласованию с директором по информационной политике принимает решение об информационном освещении мероприятий, включенный в Календарный план в системе 1С: Документооборот в соответствии с разделом 2.

В случае невозможности включения данных в Календарный план через систему 1С: Документооборот информация может быть отправлена письмом на электронный адрес: press@ncfu.ru в адрес УИСО с указанием контактного лица, которое может дать необходимые пояснения.

Решение о включении конкретного Инфоповода в Контент-план СКФУ принимает директор по информационной политике, руководствуясь следующими критериями значимости Инфоповода:

- масштаб/уровень мероприятия от международного до локального мероприятия на уровне структурного подразделения;
- социальная значимость мероприятия с точки зрения влияния на науку, отрасль образования, экономику;
- новизна, актуальность, информативность;
- степень подготовленности (полнота и качество) материалов для публикации, готовность ответственных лиц оперативно предоставить в УИСО необходимую информацию.

4.2. Требования к материалам для информационного освещения

Материалы, которые направляются в адрес УИСО для информационного освещения должны содержать обязательные атрибуты:

- информацию о дате, времени, месте проведения (для мероприятий);
- роль университета (партнер, организатор, соорганизатор);
- преимущества, польза для университета, студентов, работников, населения (если есть);
- ФИО и контакты спикеров мероприятия, участников событий, работников, студентов и преподавателей, сторонних экспертов, партнеров, гостей;
- название, статистику, уникальные факты;
- новость должна отвечать на вопросы: кто участвовал, что случилось, когда, где, почему и как это случилось, какая от этого польза и кому;
- контактное лицо для связи.

Технические требования к предоставляемым материалам:

- текст: приблизительный объем материала: 1-2 печатных листа А4, шрифтом Times New Roman, 14 кегль, полуторный интервал;
- изображения: отдельный файл (вложением к письму или к карточке в Календаре СКФУ) в формате png, jpg, 300 dpi, не менее 2000 px, без водяных знаков, желательно без постобработки. К фотографиям обязательно должен быть указан копирайт на фото (имя и фамилия автора). Не допускается отправка изображений, на который у СКФУ нет прав на использование;
- видео: MP4, AVI, WMV, MOV, 3GP, FLV, MPEG, разрешение от 1080p (HD) и выше.

УИСО оставляет за собой право редактировать направленные на рассмотрение информационные материалы.

5. Сайт СКФУ

5.1. Порядок предоставления информации для размещения на сайте СКФУ

Ответственность за подготовку и предоставление информации для размещения на сайте СКФУ несут Руководители информационных направлений в соответствии с направлением деятельности.

Отправку информации в УИСО для размещения на сайте осуществляют Ответственные за информационное освещение работники СКФУ.

Руководители информационных направлений организуют работу по подготовке информации о деятельности СКФУ в соответствии с требованиями к содержанию, форме и срокам предоставления информации для размещения на сайте.

УИСО вправе редактировать представленную для размещения информацию, кроме присылаемых для размещения документов. Присланные документы, включая названия и расширения файлов, размещаются без изменений и редактирования.

УИСО вправе запрашивать дополнительную информацию в структурных подразделениях СКФУ для размещения на сайте. Ответственные за информационное освещение работники СКФУ в течение 5 рабочих дней с момента получения официального запроса представляют запрашиваемые материалы либо письменный мотивированный отказ в их представлении.

5.2. Порядок размещения информации на сайте

Основанием для размещения информационных материалов на сайте СКФУ является служебная записка или Приказ в системе 1С: Документооборот на имя руководителя УИСО.

Информацию также можно направить на электронный адрес: press@ncfu.ru, oiiss@ncfu.ru.

5.3. Особенности оформления материалов для сайта

Объем наполнения новостной ленты на страницах структурных подразделений – не менее 50 статей в год, не менее 2 новостей в месяц.

Допустимые форматы файлов: *.pdf, *.doc, *.xls, *.jpg, *.zip.

Объем файла, предназначенного для публикации на сайте, не должен превышать 10 Мбайт.

Изображения для иллюстрации разделов сайта передаются отдельными файлами и могут быть представлены в форматах *.jpg,

6. Авторское право

6.1. Служебные произведения СКФУ

Порядок в указанной части установлен Гражданским Кодексом Российской Федерации (часть четвертая).

К объектам авторского права с области информационной политики СКФУ могут относиться: литературные, аудиовизуальные, музыкальные произведения, которые создают авторы для распространения во внешних и корпоративных медиа в рамках трудового договора с СКФУ.

6.2. Защита авторских прав

Авторы контента, размещаемого в корпоративных медиа СКФУ и распространяемого во внешних медиа, несут личную ответственность за соблюдение норм авторского права на используемые произведения.

Авторы фото и видеоконтента несут личную ответственность за соблюдение норм права человека на собственное изображение.

7. Заключительные положения

7.1. Регламент вступает в силу с даты утверждения приказом ректора СКФУ.

7.2. Изменения в Порядок вносятся приказом ректора СКФУ.

Перечень потенциальных Инфоповодов СКФУ

1. Значимые научные, организационно-массовые, спортивные, культурные мероприятия: конференции, симпозиумы, круглые столы, конкурсы и т.п. Масштаб мероприятия за рамками СКФУ.
2. Достижения вуза, вхождение в рейтинги на топовые позиции, премии и т.п.
3. Значимые достижения студентов, ученых и преподавателей (на международном, всероссийском, региональном уровнях).
4. Реализация этапов работы по стратегическим проектам в рамках программы академического лидерства «Приоритет 2030»
5. Участие представителей университета в значимых федеральных и макрорегиональных мероприятиях, имеющих потенциальный интерес широкой аудитории.
6. Достижения науки: научные открытия, новые разработки, результаты исследований и т. д.
7. Запуск научных школ.
8. Запуск новых исследовательских проектов в социально-значимой сфере.
9. Завершение исследовательских проектов с положительными результатами.
10. Внедрение методик, технологий, изобретений в производство.
11. Выпуск учебников в крупных издательствах.
12. Патенты.
13. Научные работы с высоким индексом научного цитирования.
14. Победы в грантах, конкурсах.
15. Открытие новых лабораторий, кафедр и т. д.
16. Запуск новых образовательных программ и иных образовательных проектов.
17. Запуск новых партнерств, например, в сфере науки, образования, промышленности и индустрии, инноваций, предпринимательства и т. д. Подписание соглашений со значимыми российскими или иностранными партнерами.
18. Крупные мероприятия, направленные на внешнюю аудиторию.
19. Экспертные мнения, соответствующие научной и общественно-политической повестке.
20. Иные мероприятия, имеющие отношение к деятельности СКФУ.

Требования к содержанию информации для включения
в Календарный план мероприятий СКФУ

№ п/п	Информация	Когда должна быть подана информация: * В момент включения мероприятия в Календарный план мероприятий СКФУ ** За 3 рабочих дня до мероприятия	Примечания
1.	Название	*	
2.	Статус мероприятия	*	локальное, общеузовское, городское, республиканское, всероссийское, всероссийское с международным участием, международное
3.	Направленность	*	образовательная, научно-инновационная, профориентационная, культурно-массовая, физкультурная и спортивная, оздоровительная, иная
4.	Роль СКФУ	*	организатор, соорганизатор, участник
5.	Дата начала проведения	*	ДД.ММ.ГГГГ
6.	Дата окончания проведения	*	ДД.ММ.ГГГГ
7.	Время начала проведения	**	00:00
8.	Место проведения	**	город/населенный пункт, улица, № корпуса, № аудитории/кабинета, спортивный зал, фитнес-зал, бассейн и т.д.).

			В случае, если мероприятие проходит не на площадках СКФУ, то необходимо указать полное наименование организации город/населенный пункт, улица, № дома, № аудитории/кабинета и т.д.
9.	Куратор мероприятия	*	руководитель информационного направления
10.	Организатор мероприятия	*	ответственный работник
11.	Контакты для связи с организатором мероприятия	*	ФИО, адрес электронной почты, контактный телефон
12.	Информационная справка о мероприятии (тематике мероприятия)	**	на 1-2 листа формата А4, размер шрифта - 14, одинарным межстрочным интервалом (цель мероприятия, количество и состав участников, ссылка на сайт мероприятия или страницу в социальных сетях)
13.	Основание для включения мероприятия в Календарный план – если есть	**	проект приказа, приказ с указанием даты и номера утверждения, распоряжение с указанием даты и номера и с прикреплением неограниченного количества сканов бумажных документов
14.	Программа мероприятия/сценарный план	**	
15.	Список или состав участников	**	
16.	Материалы о проведении мероприятия при наличии	**	фотографии, скан-копии наградных материалов, видеофайлы, ссылки на посты в социальных сетях
17.	Проект договора, соглашения или иного документа, если предполагается его принятие	**	
18.	Необходимость анонсирования, размещения информации в СМИ или соцсетях	*	если имеются договоры или иные формальные обязательства СКФУ в информационном освещении

Форма подачи заявки
на создание страницы структурного подразделения в социальных медиа

Площадка, на которой планируется создать страницу	
Название страницы	
Название структурного подразделения, которое инициирует создание страницы	
Задачи страницы	
Форма подачи информации (звуковая, графическая, текстовая, мультимедийная)	
Целевая аудитория страницы	
Предполагаемый аватар страницы	
Описание профиля (шапка)	
Предполагаемая периодичность обновления	
ФИО модератора	
Должность модератора	
Контакты модератора (мобильный телефон, корпоративная электронная почта; рабочий номер телефона – внутренний номер структурного подразделения, в рамках которого создается страница)	
Контент-план на ближайшие 2 недели (составленные посты)	