

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования

«ОРЛОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ И.С. ТУРГЕНЕВА»



Ректор
И.С. Тургенева

А.А. Федотов

2022 г.

ПОЛОЖЕНИЕ

П ОГУ 71-01-49-2022

О ПОРЯДКЕ СОЗДАНИЯ И ВЕДЕНИЯ ОФИЦИАЛЬНЫХ СТРАНИЦ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ СТРУКТУРНЫХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ

1 Общие положения

1.1 Настоящее Положение определяет порядок создания и ведения официальных страниц социальных сетей структурных подразделений федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева» (далее – ОГУ им. И.С. Тургенева, Университет) с целью совершенствования взаимодействия структурных подразделений Университета, научно-педагогических работников, обучающихся, работодателей и других заинтересованных лиц, организации работы институтов, факультетов, кафедр и структурных подразделений в информационно-телекоммуникационной сети Интернет, а также дальнейшего продвижения бренда Университета и развития процедуры инцидент-менеджмента.

1.2 Общее руководство процессом создания, организации работы социальных сетей структурных подразделения Университета осуществляет проректор по развитию.

1.3 Непосредственное руководство процессом организации создания, сопровождения и ведения социальных сетей в структурных подразделениях Университета осуществляют ответственные лица структурных подразделений, назначенные приказом ректора Университета.

1.4 В настоящем Положении используются следующие основные термины и определения:

1.4.1 **аватар**: Картинка пользователя, двухмерное изображение, графически представляющее пользователя в социальных сетях.

1.4.2 администратор аккаунта/сообщества: Специалист, который осуществляет ведение аккаунта/сообщества, занимается подбором и публикацией нового контента, отвечает за модерацию и оформление группы.

Администратор аккаунта/сообщества должен быть отображен в контактах сообщества для всех пользователей.

Правами администратора официальных страниц структурных подразделений наделен также проректор по развитию.

Информация об изменениях в составе администраторов/редакторов сообщества/аккаунта предоставляется совместно с ежемесячным отчетом о сопровождении официальных страниц структурного подразделения посредством отправления на электронную почту проректору по развитию.

1.4.3 аккаунт: Учетная запись в социальной сети. Аккаунт представляет собой личную страницу структурного подразделения Университета.

Название аккаунта должно отражать название структурного подразделения и иметь дополнительное описание о видах и направлениях деятельности этого подразделения.

В случае регистрации официальной страницы в формате аккаунта права доступа предоставляются администраторам в виде логина и пароля для входа в аккаунт.

1.4.4 «ВКонтакте»: Российская социальная сеть, которая позволяет пользователям отправлять друг другу сообщения, создавать собственные страницы и сообщества, обмениваться изображениями, аудио- и видеозаписями, переводить деньги, играть в браузерные игры. Также позиционирует себя платформой для продвижения бизнеса и решения повседневных задач с помощью мини-приложений.

1.4.5 владелец аккаунта: Лицо или структурное подразделение, разместившее учетную запись в социальных сетях.

Владелец сообщества/аккаунта является пользователь, зарегистрированный в социальной сети с помощью служебного номера телефона или официальной почты структурного подразделения университета.

1.4.6 вовлекающий контент: Опросы, посты-реакции на свежие инфоповоды, обсуждения, конкурсы, интерактивы в комментариях.

1.4.7 информационный контент: Обучающие статьи, полезные советы, разбор ошибок и часто задаваемых вопросов, экспертные мнения, инфографика, инструкции, интервью.

1.4.8 истории (stories): Небольшие ролики или изображения длительностью показа не более 15 секунд, которые можно посмотреть только в течение 24 часов после публикации. Истории можно сохранять в архиве и публиковать повторно, а также формировать из них постоянные альбомы («актуальное») на странице структурного подразделения.

1.4.9 **контент:** Информационное наполнение страниц в социальных сетях, отвечающее потребностям аудитории в актуальной информации и выраженное в различных формах: текстовой, визуальной, аудиовизуальной.

1.4.10 **контент-план:** График создания и размещения публикаций в социальных сетях.

Контент-план необходим, чтобы структурировать публикуемые материалы, сделать их упорядоченными, разнообразными и отвечающими поставленным задачам.

1.4.11 **верификация страницы социальной сети:** Проверка и подтверждение подлинности официальной страницы социальной сети структурного подразделения.

1.4.12 **модератор:** Участник группы или сообщества в социальной сети, у которого есть особые права по управлению сообществом. Модератор следит за тем, чтобы другие участники соблюдали правила.

1.4.13 **модерация социальных сетей:** Регулярный мониторинг одним модератором или группой модераторов соблюдения правил общения на конкретной площадке в сети, которые установил владелец аккаунта или администратор сообщества.

1.4.14 **новостной контент:** Новости структурного подразделения, информирование об организационных вопросах, отчёты с мероприятий.

1.4.15 **обложка:** Визуальная шапка сообщества, которая отображается сверху страницы и является самым важным элементом оформления всего сообщества.

1.4.16 **«Одноклассники»:** Российская социальная сеть, принадлежащая VK Group, технологическая контактная и сервисная платформа, позволяющая обмениваться сообщениями, смотреть трансляции, слушать музыку, приобретать товары и осуществлять денежные переводы.

1.4.17 **пользователи социальных сетей:** Люди, имеющие страницы в социальных сетях, размещающие или использующие информацию социальных сетей.

1.4.18 **пост:** Запись, публикация, размещённая на странице в социальных сетях.

1.4.19 **развлекательный контент:** Юмор, мемы, подборки фильмов, музыки, фотографий, цитаты, головоломки, ребусы, сторителлинг, поздравления, атмосферные фото.

1.4.20 **редактор:** Назначаемый администратором сообщества пользователь, следящий за наполнением страницы контентом и визуальным оформлением сообщества, обладающий более узким, чем администратор, функционалом управления сообществом.

1.4.21 **реестр официальных страниц:** Перечень официально зарегистрированных соцсетей структурных подразделений ОГУ им. И.С. Тургенева.

1.4.22 **сообщество**: Объединение пользователей с возможностью предоставления им актуальной информации о деятельности Университета и его структурных подразделений.

1.4.23 **социальная сеть (сокращенно — соцсеть)**: Онлайн-платформа, которая используется для общения, знакомств, создания социальных отношений, которые имеют схожие интересы или связи, а также для развлечения и работы.

1.4.24 **тело поста**: Пустое поле, появляющееся при публикации поста в социальной сети, и информация, которой оно наполняется.

1.4.25 **хештег**: Слово в социальных сетях, начинающееся с символа #, которое служит для пометки публикации о её принадлежности к какому-либо событию, теме или обсуждению.

1.4.26 **фирменный стиль**: Единый визуальный и информационный стиль оформления образа структурного подразделения Университета в социальных сетях, разработанный структурным подразделением и согласованный руководителем этого подразделения.

1.4.27 **целевая аудитория**: Группа людей, которым может быть интересна информация об Университете и его структурных подразделениях, предоставляемая в той или иной социальной сети.

1.4.28 **URL**: Электронный адрес, ссылка, указывающая путь к сообществу/аккаунту в социальной сети.

2 Основные задачи

2.1 Создание узнаваемого бренда структурного подразделения.

2.2 Поиск заинтересованных организаций для дальнейшего развития партнерских отношений.

2.3 Повышение коммуникации со студентами и школьниками.

2.4 Развитие коммерциализации выполняемых научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ.

2.5 Увеличение присутствия официальных страниц Университета в социальных сетях.

2.6 Реклама образовательных программ, технологий обучения, социокультурного развития и движения в Университете.

2.7 Клиентская поддержка: консультации по образовательному процессу, прием жалоб и нивелирование негативной информационной повестки.

3 Функции

3.1 Установление минимальных требований для включения в реестр официальных страниц структурных подразделений Университета в социальных сетях.

3.2 Установление требований для оптимального ведения официальных страниц структурных подразделений Университета в социальных сетях.

3.3 Определение порядка создания официальных страниц структурных подразделений в социальных сетях.

3.4 Определение порядка ведения официальных страниц структурных подразделений в социальных сетях.

3.5 Определение порядка составления контент-плана публикаций на официальных страницах структурных подразделений в социальных сетях.

3.6 Определение способов привлечения студентов к работе аккаунтов и сообществ.

3.7 Установление требований для получения стимулирующих выплат.

3.8 Определение порядка предоставления актуальной информации и формирования реестра официальных сетей структурных подразделений.

4 Порядок выполнения процедуры

4.1 Минимальные требования для включения в реестр официальных страниц структурных подразделений Университета в социальных сетях

4.1.1 В реестр официальных страниц структурных подразделений Университета в социальных сетях включаются только сообщества и аккаунты, которые соответствуют настоящим минимальным требованиям.

Приведение страниц и аккаунтов структурного подразделения в соответствие с обозначенными минимальными требованиями является правом структурного подразделения.

4.1.2 Включение аккаунтов и сообществ в реестр официальных страниц Университета предполагает их дальнейшее развитие и продвижение.

4.1.3 Официальное сообщество структурного подразделения – площадка донесения информации для обучающихся и сотрудников структурных подразделений и заинтересованных лиц.

4.1.4 В названии сообщества/аккаунта структурного подразделения необходимо указывать полное наименование структурного подразделения, избегая использования сокращений и аббревиатур (при условии достаточности символов в поле названия сообщества/аккаунта).

Необходимо сделать адрес ссылки, по которому можно перейти в сообщество/аккаунт, легко запоминающимся, коротким, вызывающим ассоциации с названием структурного подразделения и одинаковым во всех соцсетях. Если адрес ссылки уже занят, следует подобрать похожий.

4.1.5 В качестве обложки (шапки) сообщества/аккаунта в социальных сетях ВКонтакте, Одноклассники следует использовать изображение в фирменном стиле структурного подразделения (при наличии) либо качественный снимок корпуса структурного подразделения, его аудиторий/фото с мероприятий структурного подразделения. Допустимо использование «живых обложек» профиля.

4.1.6 В качестве аватара сообщества/аккаунта следует использовать логотип структурного подразделения.

4.1.7 В информации о структурном подразделении обязательно указать, что сообщество/аккаунт является официальной страницей структурного подразделения, а также ёмко и кратко, не используя громоздкие конструкции, изложить сущность его деятельности, указать адрес, график работы.

4.1.8 В разделе с контактной информацией необходимо указать ссылку на ответственное лицо – администратора сообщества, а также ссылки на руководство структурного подразделения и проректора по развитию. В качестве ссылок следует указать также ссылку на сайт ОГУ им. И.С. Тургенева и его официальную страницу в соответствующей социальной сети, ссылки на страницы структурного подразделения в других социальных сетях.

4.1.9 В обсуждениях сообщества следует создать тему, в которой обучающиеся смогут задавать вопросы и обозначать возникшие в ходе образовательного процесса проблемы.

4.1.10 При создании сообщества/аккаунта структурного подразделения в социальных сетях необходимо обеспечить его открытый характер. Не допускается создание закрытых официальных сообществ/аккаунтов. Комментарии в сообществах/аккаунтах следует открыть для всех пользователей.

4.1.11 При наполнении официальных страниц контентом необходимо ориентироваться на стиль общения в социальных сетях. Для включения сообществ/аккаунтов в реестр официальных страниц Университета необходимо выкладывать публикации в каждую социальную сеть не реже 2 раз в неделю. Все публикации должны быть выложены исключительно от имени сообщества, а не от имени других лиц.

4.1.12 Минимальные требования для включения страницы в реестр официальных страниц Университета позволяют публикациям одного структурного подразделения в разных социальных сетях совпадать по форме и содержанию.

Минимальные требования к качеству публикаций предполагают наличие грамотно написанного текста без орфографических, пунктуационных, лексических и стилистических ошибок, кратко и ёмко излагающего новость структурного подразделения. Для упрощения понимания текста его

необходимо разделить на абзацы, примерно одинаковые по объёму. Заголовок публикации следует делать коротким, привлекающим внимание и отражающим её содержание.

Рекомендуемый объём публикации – от 3 до 5 абзацев в зависимости от характера новости. При написании материала для публикации в социальных сетях необходимо избегать обилия канцеляризмов, сложной для понимания терминологии, длинных предложений, страдательного залога и громоздких конструкций, мешающих восприятию текста. Текст публикации должен быть составлен таким образом, чтобы его содержание легко воспринималось на слух.

Текст публикации следует выкладывать совместно с фото, либо видеоматериалами. К публикациям необходимо прикреплять только качественные снимки, отражающие суть публикуемой новости, либо изображения, выполненные в фирменном стиле структурного подразделения.

4.1.13 Публикации в социальных сетях должны содержать актуальную информацию. В случае освещения в социальных сетях структурного подразделения мероприятий, проводимых структурным подразделением, соответствующая информация должна быть опубликована на страницах не позднее двух дней после проведения мероприятия.

4.2 Требования для оптимального ведения официальных страниц структурных подразделений Университета в социальных сетях

4.2.1 Требования для оптимального сопровождения официальных страниц структурного подразделения предполагают заполнение страниц контентом не реже 3 раз в неделю.

4.2.2 Публикации одного структурного подразделения в разных социальных сетях не должны совпадать по форме, даже в случае совпадения по содержанию. Рекомендуется использовать для каждой социальной сети уникальный стиль подачи материала, характерный для заданной целевой аудитории.

4.2.3 В сообществах рекомендуется создать меню, разделы которого позволят упростить поиск информации, необходимой для заинтересованных лиц. При разработке меню необходимо обращать внимание на дизайн аватара сообщества и его шапки: все элементы оформления сообщества должны быть выполнены в едином стиле - фирменном стиле сообщества структурного подразделения.

4.2.4 Для оптимального ведения официальных страниц ответственным лицам (при необходимости — с помощью активистов, привлечённых к ведению официальных страниц структурных подразделений) необходимо разработать готовые шаблоны, выполненные в фирменном стиле структурного подразделения. Все публикации следует выкладывать с изображениями или видеоматериалами, оформленными по разработанным шаблонам для рубрик/тематических публикаций.

4.2.5 Важные публикации (анонсы мероприятий, конкурсов, дайджест новостей) следует закреплять сверху на странице сообщества.

4.2.6 Фотографии с мероприятий структурного подразделения рекомендуется размещать в фотоальбомах сообщества для наглядной демонстрации результатов мероприятия. Модерация альбомов обязательна в случае, если подписчикам сообщества предоставлено право пополнять фотоальбомы самостоятельно. В фотоальбомы необходимо выкладывать только самые удачные снимки, избегая повторов схожих по композиции фотографий.

4.2.7 Контент, размещаемый на официальных страницах, должен быть разнообразным и включать в себя новостной, информационный, вовлекающий, развлекательный типы. Публикации следует выкладывать регулярно. Для обеспечения регулярности размещения публикаций рекомендуется составлять контент-план.

4.2.8 К каждой публикации необходимо прописывать хэштеги. Для структурного подразделения следует создать собственный уникальный хэштег, по которому можно найти все его публикации в социальных сетях.

4.3 Порядок создания официальных страниц структурных подразделений в социальных сетях

4.3.1 Порядок создания официальной страницы ВКонтакте

4.3.1.1 Чтобы создать сообщество ВКонтакте на компьютере, необходимо перейти в раздел «Сообщества» личного аккаунта, привязанного к служебному номеру телефона структурного подразделения (впоследствии - владельца сообщества). В случае, если подобный личный аккаунт, привязанный к служебному номеру телефона структурного подразделения, отсутствует, его необходимо создать.

В разделе «Сообщества» необходимо нажать на кнопку «Создать сообщество», после чего откроется интерфейс выбора типа создаваемого сообщества.

Среди предложенных типов рекомендуется выбрать тип «Публичная страница», ввести название структурного подразделения Университета, соответствующее п. 4.1.4 настоящего Положения, и выбрать тематику «Университет».

Далее необходимо нажать на кнопку «Создать сообщество», после чего перейти в раздел «Сообщества», найти публичную страницу по названию и перейти в неё для дальнейшей настройки. Настройки сообщества находятся в пункте меню «Управление», который расположен в правой части экрана сразу под фотографией сообщества. Первый блок настроек — основная информация.

4.3.1.2 Основную информацию о сообществе (название, описание, адрес страницы) следует оформить в соответствии п. 4.1.4 — 4.1.8 настоящего Положения. Тип группы необходимо сделать открытым.

4.3.1.3 Обложка сообщества, которая отображается сверху страницы, является самым важным элементом оформления всего сообщества. Самую важную информацию на обложке рекомендуется поместить ближе к середине, так как на мобильных версиях она обрезается. Размер обложки для сообщества ВКонтакте — 1590 на 400 знаков. Обложка сообщества не должна быть перегружена информацией.

Обложку можно создать самостоятельно, воспользовавшись графическими редакторами или онлайн-сервисами (Canva, Adobe Spark, Prisma, Photoshop, Illustrator).

4.3.1.4 Чтобы загрузить обложку, нажмите на кнопку «Добавить» напротив надписи «Обложка сообщества». Далее перетащите готовую обложку в поле, которое выделено пунктиром. Дождитесь, пока обложка загрузится, и закройте окно с помощью крестика в правом верхнем углу. Все внесённые настройки необходимо сохранить, нажав соответствующую кнопку.

4.3.1.5 В следующем блоке настроек необходимо создать кнопку действия. Кнопка действия — кнопка, которая отображается под шапкой сообщества. Следует нажать на слово «Выключена» и выбрать режим «Включена». После этого можно будет выбрать тип кнопки действия.

Для структурных подразделений Университета рекомендуются следующие типы кнопок действия: «Позвонить по телефону», «Написать на почту». При выборе первой из них необходимо ввести телефонный номер, на который будут поступать звонки (служебный номер структурного подразделения), при выборе второй – необходимо ввести электронную почту структурного подразделения.

4.3.1.6 Последний блок базовых настроек — блок «Дополнительная информация». В поле тематики сообщества необходимо выбрать тематику, связанную с образованием. В блоке возрастных ограничений ограничение можно не устанавливать. В поле веб-сайта следует ввести ссылку на сайт ОГУ им. И.С. Тургенева. В поле «Телефон» — служебный номер структурного подразделения.

В блоках «Страна» и «Город» следует указать Россию и Орёл. На этом создание страницы завершается.

4.3.1.7 При ведении страницы сообщества можно заполнить статус — строку, в которой можно указать информацию для отображения оперативных новостей сообщества. Ограничение статуса — 140 символов. Статус находится под названием сообщества.

Здесь следует указывать (при наличии) девиз структурного подразделения, сроки важных мероприятий (например, «Награждение победителей конкурса - 15 сентября в 15:00»), другую важную актуальную информацию, которая должна быть в поле зрения подписчиков сообщества.

4.3.1.8 Далее следует поработать с разделами — функциональными возможностями сообщества. Разделы расположены в настройках сообщества,

в блоке «Управление» (правая часть экрана). В зависимости от того, какой функционал требуется, можно включить или отключить его. Открытый функционал предполагает, что все пользователи могут им пользоваться. Например, на открытой стене все участники группы могут публиковать контент и комментировать записи; закрытый — когда функционалом может пользоваться только администратор сообщества; ограниченный — когда часть функционала доступна только администраторам, а часть всем участникам группы. Например, на ограниченной стене публиковать контент может только администратор группы, а комментировать его могут все пользователи.

То же необходимо сделать и с функционалом фотографий. В таком случае добавить фотографии смогут пользователи сообщества, но создать альбом - только администратор либо редактор сообщества. Разделы «Документы» и «Статьи» рекомендуется включить, раздел «Обсуждения» - сделать ограниченным, «Видео», «Аудиозаписи» - закрытым (тогда добавить видео-/аудиоматериалы смогут только администраторы/редакторы сообщества). Разделы рекомендуется настраивать, исходя из целей сообщества и контента, которым предполагается заполнять страницу. Настройки в разделах можно менять при возникновении необходимости.

4.3.1.9 В блоке «Комментарии» можно установить параметры, которые будут убирать (блокировать) некорректные комментарии участников сообщества. Здесь следует поставить галочку «Включить фильтр нецензурных выражений».

4.3.1.10 Блок ссылок необходимо оформить в соответствии с минимальными требованиями, обозначенными выше. Чтобы добавить ссылку, её необходимо скопировать из другой вкладки, вставить в поле «Поиск ссылки» и нажать кнопку «Добавить».

Допустимо обозначить адрес структурного подразделения в блоке «Адреса»: в таком случае он будет отображаться на карте. Для этого напротив блока адреса следует нажать «Включить», вбить адрес структурного подразделения и нажать кнопку «Сохранить».

4.3.1.11 Меню — это новый функционал ВКонтакте, с помощью которого можно организовать ссылки на разные части своего сообщества. Создание меню относится к максимальным требованиям к оформлению официальных страниц сообществ. Для создания меню перейдите в блок «Управление» (правая часть экрана), раздел «Меню».

Разница между меню и ссылками состоит в том, что ссылки располагаются в боковой части сообщества, а меню сразу под информацией сообщества. Кроме этого, для меню можно задать иконки, что повышает их видимость и привлекательность для пользователя. Изображения меню следует оформить в фирменном стиле сообщества. Кроме ссылок на внутренний контент сообщества (записи с важной информацией), в меню можно ставить кнопки от приложений и виджетов.

Чтобы добавить пункт в меню, нужно нажать на поле «Новая ссылка». В появившемся окне следует выбрать обложку для пункта меню (минимальный размер - 376x256), ввести название пункта (20 символов с пробелами - максимум), добавить ссылку на объект, к которому вы перенаправляете пользователя), нажать кнопку «Сохранить». Ссылки могут вести к обсуждениям, к важным записям сообщества, к последним фотоальбомам, к приложениям сообщества.

Если требуется корректировка пункта меню, следует нажать кнопку «Изменить» напротив соответствующего пункта, а позже сохранить изменения.

4.3.1.12 Сообщения сообщества — это возможность общаться с подписчиками от имени сообщества. Рекомендуется включать сообщения (нажать на поле «Выключены»), так как это значительно увеличивает вовлеченность людей во взаимодействие с сообществом.

После этого появляется возможность создать приветствие в сообществе. Оно будет отображаться при переходе в сообщения с сообществом впервые. Если вы хотите сделать приветствие, нужно ввести слова приветствия в соответствующее поле, нажать на кнопку «Сохранить» ниже - далее оно сработает автоматически.

4.3.1.13 Чтобы создать обсуждение в сообществе, необходимо сделать обсуждения в соответствующем разделе ограниченными согласно рекомендациям, указанным в п. 4.3.1.8 настоящего Положения, после чего перейти на страницу сообщества. В боковом меню справа представится возможность добавить обсуждение, нажав на соответствующее поле. Здесь необходимо ввести название и текст обсуждения, после чего нажать на поле «Сохранить тему». Если в сообществе уже есть обсуждение, чтобы создать новое, нужно нажать на перечень всех обсуждений и нажать поле «Создать тему».

4.3.2 Порядок создания официальной страницы в социальной сети «Одноклассники»

4.3.2.1 Чтобы создать сообщество в «Одноклассниках», необходимо зайти в раздел «Группы» на главной странице профиля ответственного лица. Если профиль ответственного лица отсутствует, его необходимо создать. В левом верхнем углу появится иконка «Создать группу».

После этого необходимо выбрать тип создаваемого сообщества. Следует выбрать тип публичной страницы. Далее необходимо нажать на кнопку «Создать».

4.3.2.2 Основную информацию (название, описание) о сообществе следует оформить в соответствии с п. 4.1.4-4.1.5 настоящего Положения. Далее необходимо заполнить поле «Тематика». Для этого следует выбрать из предложенного перечня подкатегорию, связанную с высшим образованием. В поле «Доступ» необходимо указать «Открытый», чтобы страницу могли посетить все пользователи.

4.3.2.3 Далее следует заполнить контактные данные: город Орёл, адрес структурного подразделения, телефон (служебный номер структурного подразделения), веб-сайт (ссылка на сайт Университета).

4.3.2.4 Чтобы загрузить аватар сообщества, необходимо нажать на кнопку «Выбрать главное фото» в правой верхней части экрана, выбрать нужное изображение с компьютера и загрузить его (размер аватара - 190x190). После заполнения полей нужно нажать на кнопку «Создать».

4.3.2.5 Далее следует установить основные настройки сообщества. Для этого нужно зайти в раздел «Ещё» под шапкой сообщества и выбрать поле «Настройки».

4.3.2.6 В левой части экрана следует нажать на категорию «Управление». Здесь следует разрешить оставлять комментарии гостям и участникам сообщества, скрыть нецензурную лексику, разрешить публикацию ссылок и запретить анонимную подписку, выбрав соответствующие пункты из предложенных в каждой категории.

4.3.2.7 Далее в разделе «Темы» следует указать, что участники группы не могут предлагать темы, автором комментариев и тем от администраторов следует указывать группу, только администрация может делиться темами в группе, администрация видит автора и модератора темы.

4.3.2.8 В разделе «Фото» следует выбрать поля «Показывать фото», «Создавать альбомы может только администрация», «Добавлять фото по настройке альбома», «Показывать новые фото в ленте». Аналогичные настройки следует установить и в разделах «Видео» и «Музыка».

4.3.2.9 Раздел «Товары» необходимо скрыть и не показывать в ленте.

4.3.2.10 После заполнения всех полей необходимо нажать кнопку «Сохранить».

4.3.2.11 Чтобы добавить обложку сообщества, необходимо навести курсор на серое поле и нажать на надпись «Добавить обложку» в его правом верхнем углу. После этого можно загрузить изображение обложки, выбрав файл с компьютера. Параметры обложки - 1944x600 пикселей, безопасная зона, чтобы сохранить содержимое обложки и на мобильных устройствах – 980x240 пикселей. Оформление обложки должно соответствовать п. 4.1.4 настоящего Положения.

4.3.2.12 После загрузки обложки следует нажать на кнопку «Сохранить».

4.4 Порядок ведения официальных страниц структурных подразделений в социальных сетях

4.4.1 Порядок ведения социальной сети ВКонтакте

4.4.1.1 Чтобы опубликовать пост ВКонтакте, необходимо зайти в сообщество, навести курсор на поле «Создать запись»/«Напишите что-нибудь...», расположенное под шапкой сообщества и основной информацией о нём, и кликнуть по нему.

4.4.1.2 В открывшемся поле следует написать текст поста, соответствующий п. 4.1.12 настоящего Положения. К посту можно прикрепить фото, видео, аудио, документ, геометку, граффити, статью или опрос.

4.4.1.3 Чтобы прикрепить к посту изображение, следует нажать на соответствующую иконку, после чего можно будет выбрать снимок либо из фотоальбомов администратора/редактора сообщества ВКонтакте, просто кликнув по нему, либо загрузить фотографию с устройства, нажав на поле «Загрузить фотографию», расположенное сверху в открывшемся окне.

4.4.1.4 Чтобы прикрепить к посту уже существующий в группе фотоальбом, следует открыть нужный фотоальбом в отдельной вкладке на устройстве, скопировать ссылку на него и вставить в тело поста. Через несколько секунд альбом отобразится в конструкторе поста. После того как альбом отобразился в посте, ссылку на него из текста можно удалить - альбом останется прикрепленным к посту даже после её удаления.

4.4.1.5 Чтобы прикрепить к записи видео, следует нажать на соответствующую иконку при публикации. ВКонтакте предлагает три варианта загрузки видео - загрузка с устройства, добавление по внешней ссылке либо добавление из своих видеозаписей/видеозаписей сообщества.

В первом случае следует нажать на поле «Загрузить видео» и выбрать нужное видео с устройства, после чего подождать, пока оно загрузится.

Во втором случае следует открыть в отдельной вкладке видео на ресурсе, с которого его планируется взять, скопировать ссылку на него, после чего вернуться во вкладку с постом ВКонтакте, нажать на поле «Добавить по ссылке» и вставить в появившееся окно ссылку на видео.

В третьем случае достаточно нажать на поле «К моим видеозаписям»/«К видеозаписям сообщества» и выбрать из уже загруженных видео то, что нужно прикрепить к посту.

4.4.1.6 Чтобы прикрепить к посту аудиозапись, нужно нажать на соответствующую иконку. ВКонтакте предлагает найти аудиозапись в общем потоке музыки, доступной в социальной сети. Для этого нужно напечатать название искомой композиции в поле «Быстрый поиск». ВКонтакте сам предложит варианты музыки, из которых можно выбрать нужный.

Кроме того, прикрепить мелодию можно, нажав на кнопку «К моим аудиозаписям»/«Аудиозаписи сообщества». Здесь вы сможете добавить музыку, которую ранее уже поместили в раздел музыки на своей странице либо в музыку сообщества.

4.4.1.7 Если к посту необходимо прикрепить документ, следует нажать на иконку «Загрузить файл». Здесь можно прикрепить документ из перечня уже загруженных на ВКонтакте документов либо нажать на поле «Загрузить новый файл» и выбрать нужный документ с устройства.

4.4.1.8 Чтобы прикрепить геометку, следует нажать на иконку «Прикрепление карты» и ввести в поле «Поиск по названию города или

улицы» нужную локацию. Далее следует нажать на поле «Прикрепить местоположение» и, при необходимости, разрешить устройству доступ к вашему географическому местоположению.

4.4.1.9 Чтоб прикрепить граффити, следует нажать на соответствующую иконку и нарисовать граффити, используя инструменты, предлагаемые социальной сетью для рисования, после чего нажать на поле «Прикрепить».

4.4.1.10 Чтобы прикрепить к посту опрос, следует нажать на соответствующую иконку. В открывшемся окне можно задать параметры опроса: его тему и варианты ответа. Чтоб добавить ещё один/несколько вариантов ответа, следует нажать на поле «Добавить вариант ответа».

ВКонтакте позволяет прикреплять к опросу до десяти вариантов ответа. Тему опроса и варианты ответов на него следует формулировать ёмко и кратко.

Далее необходимо выбрать фон опроса. Социальная сеть предлагает несколько стандартных фонов разных цветов, которыми можно воспользоваться, кликнув по нужному. Кроме того, можно загрузить собственный фон, нажав на поле «+», которое идёт после стандартных фонов, выбрать необходимое изображение на устройстве и нажать на кнопку «Загрузить».

4.4.1.11 Далее следует выбрать настройки опроса. Опросы ВКонтакте могут быть анонимными (отображается только количество проголосовавших, но никто не должен видеть имён пользователей, проголосовавших за тот или иной вариант) или публичными (все пользователи видят, кто и за какой вариант проголосовал). Опрос становится публичным по умолчанию, если не отметить в настройках его анонимность.

4.4.1.12 Выбор функции «Запретить отмену голоса» означает, что пользователь, проголосовавший в опросе, уже не сможет изменить свой вариант ответа. По умолчанию изменить выбранный вариант можно.

4.4.1.13 Ограниченное время голосования предполагает, что проголосовать можно только в течение обозначенного временного промежутка. Если требуется обозначить этот вариант, то сразу после его выбора откроется окно, где можно выбрать нужные для завершения опроса дату и время.

4.4.1.14 После того, как пост сформирован, следует нажать на кнопку «Опубликовать» - и запись появится в ленте.

4.4.1.15 Если нужно выложить запись в какое-то определённое время, рекомендуется воспользоваться функцией «Отложенная запись». Для этого нужно открыть поле «Создать запись» и оформить пост по описанным выше правилам, после чего найти надпись «Сейчас», которая предполагает публикацию сразу после сохранения записи, и нажать на неё.

Откроется новое окно, в котором можно будет выбрать нужные дату и время. Данные о дате и времени сохраняются автоматически после их

указания. Далее следует нажать на появившуюся под постом синюю кнопку «В очередь». Она отправит пост в отложенные записи.

4.4.1.16 Чтобы найти отложенный пост и открыть его, нужно зайти в сообщество. Рядом с надписью «Записи сообщества», расположенной под шапкой сообщества и основной информацией о нём, появится надпись «Отложенные записи». Кликнув по этой надписи, можно попасть в блок отложенных записей.

4.4.1.17 Чтобы отредактировать или удалить уже опубликованную или отложенную запись, нужно кликнуть по обозначению в виде трёх точек (в мобильной версии - синей стрелки вниз) в правом верхнем углу поста и выбрать нужную опцию.

4.4.1.18 Чтобы отредактировать опрос, прикрепленный к записи, нужно сначала нажать на редактирование самой записи, а затем перейти к редактированию опроса, после чего сохранить изменения, нажав на кнопку «Сохранить».

Важно! Запись во ВКонтакте можно отредактировать только в течение суток после публикации.

4.4.1.19 Если возникает необходимость отметить в посте пользователя другое сообщество (например, чтобы отметить победителей конкурса), следует воспользоваться способом проставления ссылок на страницы сообществ/пользователей.

Самый универсальный способ проставления ссылок в посте - скопировать ссылку на страницу нужного пользователя (сообщества) и открыть её в отдельной вкладке и добавить её в тело поста в том месте текста, где вы на него ссылаетесь.

Ссылка имеет вид [https://vk.com/адрес сообщества \(пользователя\)](https://vk.com/адрес сообщества (пользователя)). Следует удалить все вводные до адреса сообщества. Например, из ссылки <https://vk.com/oreluniver> в данном случае значение имеет только часть [oreluniver](https://vk.com/oreluniver). Далее адрес сообщества следует оформить таким образом [oreluniver|Орловский государственный университет]. В данном случае оформление строится по принципу: квадратная скобка открывается - вставляется интересующая нас часть адреса нужного сообщества (пользователя) - ставится вертикальный слэш - идёт название сообщества на русском языке - скобка закрывается.

После оформления ссылки таким образом следует сохранить пост. Выложенный пост будет иметь выделенный голубым цветом текст на месте ссылки, по которому можно будет кликнуть и перейти на страницу пользователя (сообщества). При публикации поста пользователь (сообщество), отмеченные ссылкой, получают уведомление об отметке.

4.4.1.20 Фотографии с мероприятий необходимо выкладывать в фотоальбомы. К посту можно прикрепить как весь фотоальбом, так и несколько снимков из него.

4.4.1.21 Чтобы создать фотоальбом в сообществе ВКонтакте, нужно перейти на страницу сообщества и в правой его части найти блок «Добавить фотографии». Данный блок также может располагаться в центре страницы рядом с другими разделами. Далее нажмите на кнопку «Добавить фотографии» и загрузите один из нужных снимков с устройства.

После загрузки фотографии появится окно с разделами «Основной альбом» и «Все фотографии», помещёнными наверху. Если изображения в группу уже загружались ранее, то вместо проводника для выбора фото будет открыт один из альбомов.

Следует кликнуть по разделу «Все фотографии», после чего в правом верхнем углу можно будет увидеть поле «Создать альбом». Для создания альбома нужно будет заполнить поле «Название альбома». Название альбома должно отражать его наполнение, быть кратким и ёмким.

4.4.1.22 Поле с описанием альбома к заполнению необязательно, но здесь можно указать фотографов, делавших снимки, даты проведения мероприятия, гостей/партнёров мероприятия и другую важную информацию. Далее следует выбрать, кто может добавлять фотографии в альбом и можно ли комментировать снимки альбома. Эти настройки следует обозначить, исходя из ситуации.

4.4.1.23 После создания альбома блок с фотографиями появится на главной странице сообщества. К фотоальбомам следует делать обложки. На обложку альбома лучше поместить самый удачный снимок с мероприятия. Для этого нужно выбрать нужную фотографию в альбоме, нажать на кнопку «Ещё», размещённую под фотографией, и выбрать поле «Сделать обложкой альбома».

Это рекомендуется сделать до того, как вы прикрепите альбом к посту, поскольку ВКонтакте не меняет обложку альбома в отложенных записях или опубликованных постах автоматически, если она изменилась в фотоальбоме. Чтобы обложка альбома изменилась в посте после того, как её настроили в фотоальбоме, нужно нажать на редактирование поста и сохранить изменения.

4.4.1.24 Процедура создания видеоальбомов в сообществе сходна с созданием фотоальбомов. Рекомендуется сначала добавлять важные видео в видеоальбомы сообщества, после чего прикреплять их к посту согласно алгоритму, описанному выше. Это нужно, чтобы важные ролики можно было посмотреть, не листая стену сообщества.

4.4.1.25 Ещё один полезный инструмент в работе с сообществом ВКонтакте - статьи. Статьи - это длинная текстовая форма, подходящая для интервью, лайфхаков, объяснений отдельных аспектов деятельности структурного подразделения и т.д.

Чтобы создать статью, нужно при написании поста нажать на соответствующую иконку. Появится белое поле, в котором следует обозначить заголовок и написать сам текст статьи.

Статьи можно дополнять различными мультимедийными элементами для более наглядного восприятия читателем. Для этого нужно навести курсор на новый абзац, кликнуть по нему и нажать на появившийся знак «+». После этого будут предложены варианты файлов, которые можно прикрепить - фото, видео, гиф-файлы и так далее.

В статьях, в отличие от текста постов, можно использовать подчёркивание, курсив, жирный текст, подзаголовки и другие способы выделения текста, на котором следует сделать акцент.

Чтобы сохранить готовую статью, вернитесь к её началу, нажмите на надпись «Публикация», выберете изображение для обложки статьи (его можно загрузить с устройства), в настройках обозначить, кто может читать текст статьи. Кроме того, можно отметить пункт «Показывать автора», если вы хотите, чтобы редактор или администратор сообщества, написавший статью, отображался при публикации в качестве её автора. В противном случае автором статьи будет обозначаться само сообщество.

Далее следует поле «Статья будет доступна и сохранена по ссылке». Ссылку рекомендуется скопировать, после чего нажать на кнопку «Сохранить».

Чтобы прикрепить статью к посту, рекомендуется вставить скопированную ссылку в тело поста. После того, как статья автоматически отобразится в посте, ссылку можно удалить.

Чтобы отредактировать статью, её требуется открыть, в верхней части статьи выбрать опцию «Редактировать», отредактировать всё необходимое, после чего сохранить статью по уже описанному выше алгоритму. Важно! Редактировать статью может только её автор.

Скопируйте ссылку на отредактированную статью в тело поста, подождите, пока она отобразится, после чего сохраните изменения.

Требования к языку написания статьи соответствуют п. 4.1.11 настоящего Положения. Информация в статье излагается полнее, чем в посте, но текст статьи не должен быть избыточным, сложным для восприятия, переполненным сложными предложениями, канцеляризмами, отступлениями, не являющимися темой статьи.

4.4.1.26 Созданное в сообществе ВКонтакте обсуждение рекомендуется начать с сообщения от имени сообщества, в котором будет чётко объясняться цель обсуждения и правила, которым должны следовать пользователи в обсуждении. Сообщения, не соответствующие теме обсуждения, нарушающие правила обсуждения, должны удаляться. Для этого нужно навести курсор на сообщение в обсуждении и выбрать опцию «Удалить».

4.4.1.27 Неактуальные обсуждения также следует удалять. Для этого нужно открыть обсуждение, навести курсор на поле «Редактировать» и кликнуть клавишей мышки, после чего появятся настройки темы.

В разделе обсуждений можно закрыть тему и скрыть её - тогда никто, кроме администрации сообщества, не сможет увидеть обсуждение. После выбора настройки «Закрывать тему» изменения нужно сохранить.

Внизу окна редактирования находится функция «Удалить обсуждение». Ей следует воспользоваться, если есть цель безвозвратно удалить обсуждение без возможности для администратора посмотреть его содержимое впоследствии.

4.4.1.28 Если обсуждений несколько, и одно из них содержит в общем виде самую важную информацию, необходимо закрепить его, выбрав соответствующую функцию в разделе редактирования обсуждения. Для удобства пользователей важные обсуждения можно выносить как отдельные окна в меню сообщества.

4.4.1.29 Чтобы взаимодействовать с подписчиками сообщества, необходимо регулярно проверять сообщения группы. Для этого в разделе «Управление» нужно найти графу «Сообщения». Если при оформлении группы сообщения были включены, новые сообщения будут отображаться напротив этого поля.

4.4.1.30 Для того чтобы проследить действия, совершаемые в сообществе, узнать, какой пользователь/администратор их совершил, нужно нажать на раздел «Журнал действий» в настройках управления (самый нижний раздел в перечне).

4.4.1.31 Чтобы облегчить работу с сообществом для себя и пользователей, можно воспользоваться приложениями. Для этого нужно зайти в раздел «Приложения» в настройках управления. Соцсеть ВКонтакте предлагает перечень бесплатных приложений, которые можно использовать в работе сообщества.

Для этого следует найти в перечне приложений то, что соответствует вашим целям, и нажать на надпись «Добавить», после чего работать с настройками конкретного приложения. Приложения так же рекомендуется выносить в пункты меню сообщества, если они предназначены для работы с подписчиками.

С помощью приложений удобно проводить розыгрыши, отслеживать статистику, создавать календарь событий, например, мероприятий структурного подразделения, проводить голосования и так далее.

4.4.1.32 Чтобы работать с участниками сообщества, следует перейти в раздел «Участники», размещённый в настройках управления. Нажав на этот раздел, высветится полный перечень участников сообщества. Любого из них можно удалить из сообщества либо назначить руководителем, если возникнет необходимость, с помощью соответствующих опций, высвеченных напротив каждого пользователя, в случае, если пользователь обладает правами администратора.

Здесь же можно создать ссылку, с помощью которой пользователей можно пригласить в сообщество. Для этого нужно нажать на поле «Создать

ссылку», выбрать лимит действия ссылки по времени использования и количеству переходов (кликов, по которым можно перейти в сообщество), после чего нажать на кнопку «Сохранить».

Сгенерированная ссылка появится в соответствующей строке. Её следует скопировать и разослать тем, кого нужно пригласить в сообщества. Удобнее всего, если необходимо добавить множество подписчиков, разослать ссылки старостам групп, после чего те перенаправят их в беседы с одноклассниками.

4.4.1.33 В разделе «Участники» есть ещё два подраздела: руководители и чёрный список.

В перечне руководителей можно посмотреть, кто является владельцем сообщества, а кто - администратором и редактором. Любого из этих лиц, кроме владельца, проректор по развитию, наделённый правом администрирования аккаунта/сообщества в соответствии с п.1.4.2 настоящего Положения, может лишиться права управления группой.

При нажатии на кнопку «Добавить руководителя» откроется перечень участников сообщества, после чего, воспользовавшись поиском, можно добавить нужного пользователя и наделить его правом управления сообществом. Добавлять пользователей в руководители сообщества следует в соответствии с требованиями к администратору сообщества в соответствии с п. 1.4.2 настоящего Положения.

4.4.1.34 Важная функция - чёрный список. Сюда необходимо добавить пользователей, нарушивших правила поведения в сообществе, например, применяющих нецензурную лексику, оскорбляющих других пользователей и администраторов сообщества/руководство структурного подразделения и т.д.

4.4.1.35 Под разделом «Управление» находится не менее важный раздел «Статистика». Он помогает анализировать активность в сообществе и продуктивность его ведения. При нажатии на этот раздел, можно узнать, как часто посещалось сообщество, оставались комментарии, совершались иные полезные действия, какова активность в сообществе, охваты, как часто писались сообщения и посещалось сообщество. Именно эти данные необходимы для отчётности и аналитики.

4.4.1.36 В настройках в правом верхнем углу раздела можно выбрать период, за который просматривается статистика. Для предоставления отчётности следует выбрать графу «Данные за 30 дней».

4.4.1.37 Статистику можно выгрузить, нажав на соответствующую кнопку в правом верхнем углу раздела.

4.4.2 Порядок ведения социальной сети «Одноклассники»

4.4.2.1 Для публикации постов в соцсети «Одноклассники» следует зайти на страницу сообщества и навести курсор на поле «Создать новую тему». Темы в «Одноклассниках» равнозначны постам в других социальных сетях.

4.4.2.2 В теле поста следует написать текст, необходимый для публикации. Для текста можно выбрать фон, соответствующий фирменному стилю структурного подразделения, кликнув по цветной иконке «Добавить фон» в правой части темы. К теме можно прикрепить фото, видео, геометку, товар, трансляцию или опрос.

Принцип прикрепления файлов к теме аналогичен принципу прикрепления файлов к посту ВКонтакте, обозначенному в п.п. 4.4.1.3 — 4.4.1.10 настоящего Положения.

4.4.2.3 Сервис «Одноклассников», которого нет в других социальных сетях – марафон. Марафон можно прикрепить к публикации, выбрав соответствующую иконку при создании поста. Марафон предназначен для увеличения вовлечённости и охватов сообщества.

Смысл марафона сводится к публикации серии фотографий на определённую тему, связанных общим хэштегом. Чтобы создать марафон, нужно кликнуть по соответствующей иконке, после чего можно загрузить серию фотографий, выбрав снимки либо из уже сохранённых в «Одноклассниках», либо из памяти устройства.

4.4.2.4 После загрузки фотографий, следует заполнить поля «Название марафона» и «Краткое содержание марафона». Краткое содержание марафона будет оформлено хэштегом, поэтому должно быть ёмким и кратким. Далее нужно нажать на кнопку «Создать марафон».

После этого публикация появится в ленте подписчиков и на стене сообщества. Если подписчики захотят присоединиться к марафону, они нажмут на кнопку «Участвовать», после чего опубликуют свой снимок на заданную тематику.

4.4.2.5 При написании текста поста «Одноклассники» позволяют оформлять цитаты, заголовки, подзаголовки, ссылки. Чтобы это сделать, необходимо при создании поста нажать на иконку с тремя точками, расположенную возле иконки со стикерами в правом нижнем углу поста. В таком случае цитаты, подзаголовки и заголовки будут идти непосредственно перед текстом поста и визуально привлекут внимание подписчиков.

4.4.2.6 При создании каждой темы в левом нижнем углу конструктора публикации есть две иконки, позволяющие работать с настройками темы. Левая иконка позволяет выбрать, от чьего имени будет опубликована тема. Рекомендуется выбирать графу «От имени сообщества». Иконка с шестерёнкой позволяет при необходимости отключить комментирование, сделать публикацию рекламной (при продвижении записей сообщества) или скрытой. Скрытая публикация в «Одноклассниках» предполагает, что тема поста персонализирована под определённую целевую аудиторию и другой аудитории интересна не будет. Скрытые публикации являются способом продвижения контента в «Одноклассниках».

4.4.2.7 Темы в «Одноклассниках» можно опубликовать в необходимое время, воспользовавшись настройками времени публикации. Для этого нужно

выбрать соответствующее поле, расположенное в правом нижнем углу конструктора записи, настроить нужные дату и время, после чего сохранить.

4.4.2.8 После публикации темы в «Одноклассниках» её можно отредактировать или удалить, нажав соответствующую опцию, кликнув по иконке в форме стрелки, расположенной в правом верхнем углу темы.

4.4.2.9 Разделы сообщества «Одноклассников» размещены под обложкой группы. В них можно добавить видео, фото, музыку, товары, нажав на соответствующие поля. В разделе «Участники» можно пригласить новых участников в сообщество. Для этого нужно кликнуть по полю «Пригласить друзей» и в открывшемся перечне выбрать друга, которого следует пригласить в сообщество.

В разделе «Ещё» можно поработать с настройками сообщества, посмотреть статистику, ссылки на другие группы, новое в группах, журнал действий, зайти в рекламный кабинет.

В подразделе «Управление» раздела «Настройки» можно отредактировать, что отображается на странице сообщества, что разрешается публиковать в комментариях, кто может публиковать темы, фото, видео и т.д.

В подразделе «Инструменты» можно настроить кнопку действия. Рекомендуемые функции кнопок – «Написать сообщение», «Позвонить».

4.4.2.10 Далее для удобства можно оформить меню ссылок, где будут размещены самые важные ссылки, необходимые для подписчиков. Если вы настраиваете меню, необходимо сделать блок ссылок видимым (выбрать функцию «Показывать») и добавить необходимые ссылки на важные элементы внутри сообщества в «Одноклассниках».

4.4.2.11 «Одноклассники» предлагают сгенерировать обложку меню с помощью конструктора обложек, размещённого в правом верхнем углу блока создания меню. Нажав на него, вы сможете выбрать дизайн меню из предложенных социальной сетью. Рекомендуется руководствоваться фирменными цветами сообщества.

4.4.2.12 Для того чтобы группа выглядела более наполненной, можно настроить блок над лентой. Для этого нужно в поле «Содержание блока» выбрать то, что будет отображаться перед темами, размещёнными в сообществе. Это могут быть фото сообщества, видео, товары, закреплённые темы, фотоальбомы и т.д.

4.4.2.13 В подразделе «Администрация» можно добавить модераторов в сообщество, кликнув по соответствующему полю, и при необходимости скрыть администрацию и защитить администратора группы. Тем не менее, рекомендуется сделать администраторов сообщества видимыми.

4.4.2.14 Чтобы работать с сообщениями, поступившими в сообщество, необходимо зайти в раздел «настройки», кликнуть по графе «Сообщения» и сделать сообщения открытыми, выбрав в поле «Отправлять сообщения могут» пункт «Участники группы». Здесь же можно настроить приветственное

сообщение по аналогии с настройкой приветствия в группе ВКонтакте, описанной в п. 4.3.1.12 настоящего Положения.

4.4.2.15 При необходимости можно настроить функцию «Звонки администрации сообщества», перейдя в раздел «Звонки», и разрешить соответствующее действие для участников сообщества.

Алгоритм работы с приложениями сходен с аналогичным алгоритмом в группе ВКонтакте, определённом в п. 4.4.1.31 настоящего Положения.

4.5 Порядок составления контент-плана публикаций для официальных страниц структурных подразделений в социальных сетях

4.5.1 Для деятельности Университета наибольшее значение имеют следующие типы контента: новостной, информационный, развлекательный, вовлекающий.

4.5.2 Качественный контент-план должен сочетать в себе все виды контента. Прежде чем разработать контент-план, следует чётко понимать интересы и потребности целевой аудитории – подписчиков сообщества и иных заинтересованных лиц.

4.5.3 Контент любого типа должен быть полезным для целевой аудитории. Кроме того, следует понимать, на какие вопросы аудитория получит ответ, получая контент сообщества в ленте, какие проблемы сможет решить с его помощью, какие потребности удовлетворить.

4.5.4 Чтобы составить контент-план, следует определиться с рубрикой и типами постов, понять, какие фото-, видео-, информационные материалы понадобятся для того, чтобы их выложить, определиться с частотой выхода постов, временем и днями их публикации, составить список тем, которые необходимо раскрыть, подобрать для каждой рубрики легкоузнаваемые уникальные хэштеги.

4.5.5 Частота выхода постов должна соответствовать требованиям, обозначенным в п. 4.1.11 настоящего Положения. Чтобы выбрать оптимальные дни и время публикаций, следует проанализировать статистику активности аудитории сообщества/аккаунта и определить часы наибольшей активности подписчиков. Именно в это время и следует делать публикации. Если контент не является срочным, желательно, чтобы он выходил примерно в одно и то же время.

4.5.6 Следует выбрать день недели и время, в которой будут выходить публикации одной рубрики. Это упорядочит публикацию контента и поможет подписчикам ориентироваться в том, когда следует ждать тот или иной пост.

4.5.7 Составлять контент-план удобнее всего в форме таблицы Excel или Google Excel.

Обычно в контент-плане прописывают:

- дату и время публикации;

- кратко описанную тему поста, рубрики, под которой выходит пост;
- вид контента (информационный, развлекательный и т.д.), цель, с которой публикуется пост (поднять активность, рассказать об аспектах деятельности структурного подразделения, узнать мнение подписчиков и т.д.);
- место публикации (сторис, лента);
- хэштеги.

4.5.8 Для каждой социальной сети рекомендуется составить индивидуальный контент-план в разных таблицах – для удобства использования. Рекомендуется составить контент-план на месяц вперёд и придерживаться его.

4.5.9 Хэштеги позволяют понять, что тема публикации близка и интересна пользователю. Как только слово с решёткой размещается в теле поста, информация воспринимается алгоритмами в контексте конкретного слова или фразы.

4.5.10 По функционалу хэштеги напоминают ключевые запросы, которые используются в поисковых системах. Для публикаций структурного подразделения следует придумать уникальные теги – как общие, проставленные к каждой публикации сообщества, так и локальные, подходящие только под конкретную рубрику.

4.5.11 Хэштеги должны быть ёмкими, легко читаемыми. Нежелательно делать хэштеги длинными. Хэштеги прописываются после знака #, слова пишутся слитно либо разделяются нижним подчёркиванием «_» для упрощения восприятия. Оптимальное число тегов к каждой публикации сообщества – 3-4 штуки.

4.6 Способы привлечения студентов к работе аккаунтов и сообществ

4.6.1 Рекомендуется привлечь наиболее активных и положительно зарекомендовавших себя студентов к работе аккаунтов и сообществ официальных страниц структурных подразделений Университета на добровольной основе, наделив их правами редакторов сообществ и предоставив доступ к аккаунту.

4.6.2 Студенты могут помочь с публикацией постов, фото- и видеосъёмкой мероприятий, разработкой дизайна фирменного стиля официальных страниц структурных подразделений, а также приносить свежие идеи для контент-плана. Студенты, рассматриваемые в качестве потенциальных редакторов сообщества, должны быть грамотными, ответственными и пунктуальными. Для предотвращения взлома сообщества через личный аккаунт студента, привлечённого к работе, студент должен пройти процедуру двойной аутентификации своего профиля.

4.6.3 Для студента, привлечённого к работе с социальными сетями Университета, будет рассматриваться ректоратом стимулирование в виде

вручения раз в семестр почётной грамоты и благодарности, заверенных ректором Университета.

4.6.4 Данные грамоты и благодарности могут прикладываться к портфолио студента при подаче документов на повышенную государственную академическую стипендию за особые успехи в общественной деятельности.

4.6.5 Должность редактора социальных сетей структурного подразделения может быть внесена в зачётную книжку активиста и оценена в соответствии с регламентом о назначении повышенной государственной академической стипендии за особые достижения в общественной деятельности.

4.6.6 При проведении мероприятий в структурных подразделениях, утверждённых на основании приказа ректора Университета, привлечённые к ведению официальных страниц структурного подразделения студенты приравниваются к организаторам мероприятий, освещающих их в социальных сетях. Впоследствии роль организатора визируется в зачётной книжке активиста ответственным за проведение мероприятия лицом для подачи портфолио на повышенную государственную академическую стипендию за особые достижения в общественной деятельности.

4.7 Требования для получения стимулирующих выплат

В случае выполнения требований, предусмотренных п. 4.2. настоящего Положения, лицам, ответственным за ведение официальных страниц в социальных сетях, ректоратом будет рассматриваться стимулирование в виде премии раз в семестр на основании служебной записки проректора по развитию и руководителя Управления кадрового стратегического развития.

4.8 Порядок предоставления актуальной информации и формирования реестра официальных сетей структурных подразделений

4.8.1 С целью предоставления актуальной информации для заинтересованных лиц и формирования реестра официальных страниц структурных подразделений в социальных сетях на сайте Университета лицам, ответственным за сопровождение сообществ и аккаунтов, необходимо предоставить информацию об официальной странице на электронную почту evolutionOGU@yandex.ru. Информация об официальных страницах структурных подразделений в социальных сетях оформляется в соответствии с приложением А.

В случае изменения данных об аккаунтах или сообществах (ссылок, владельцев, логинов и паролей) информацию об изменениях следует направлять на указанную электронную почту после осуществления изменений.

4.8.2 Ответственным лицам следует направлять по указанному адресу электронной почты, выгруженную в соответствии с п.п. 4.4.1.35 — 4.4.1.37, 4.4.2.9 статистику ведения официальных страниц в социальных сетях ВКонтакте, «Одноклассники». При невозможности выгрузки рекомендуется сделать скриншоты статистических показателей. Статистика предоставляется один раз в полугодие: отчётные периоды — с 1 июня по 30 ноября и с 1 декабря по 31 мая.

4.9 Ответственность участников официальных страниц социальных сетей

4.9.1 Владелец сообщества (аккаунта) несет ответственность за:

- корректное функционирование официальной страницы социальных сетей структурного подразделения;
- своевременное размещение корректной и верифицированной и достоверной информации на официальной странице социальных сетей структурного подразделения;
- верификацию сообщества и официальной страницы социальных сетей структурного подразделения;
- в случае отсутствия администратора, редактора, модератора становится ответственным за выполнение их обязанностей.

4.9.2 Администратор несет ответственность за:

- назначение и удаление руководителей сообщества (под словом руководители понимаются все роли в управлении сообщества, кроме владельца).
- изменение основной информации сообщества;
- изменение названия и короткого адреса сообщества;
- редактирование информации о сообществе;
- загрузку первой обложки;
- редактирование главного и второстепенного блоков в сообществе;
- подключение кнопки действия;
- редактирование меню сообщества;
- редактирование адресов и времени работы заведений;
- редактирование блоков с контактами и ссылками;
- подключение и настройку разделов сообщества;
- ведение прямых видеотрансляций;
- просмотр основных метрик статистики на обзорной странице;
- в случае отсутствия модератора, редактора сообщества становится ответственным за выполнение их обязанностей.

4.9.3 Редактор несет ответственность за:

- редактирование и публикацию, записей и комментариев от имени сообщества;

- создание и публикацию статей;
- удаление записей и комментариев от имени сообщества;
- отключение и включение комментариев у отдельных записей;
- обновление, редактирование и удаление главной фотографии сообщества;
- закрепление записей.
- редактирование статуса под именем сообщества;
- загрузку и удаление фотографий;
- редактирование фотографий в фоторедакторе и добавление эффектов;
- загрузка, редактирование и удаление музыкального контента и видеозаписей;
- создание, редактирование и удаление плейлистов и видеоальбомов;
- загрузку, редактирование и удаление документов;
- публикацию историй и сюжетов от имени сообщества;
- создание, редактирование и удаление тем в обсуждениях;
- закрепление и закрытие тем;
- закрепление опросов из тем на главной странице сообщества;
- редактирование комментариев участников в темах;
- просмотр, отправку и удаление сообщений сообщества;
- создание, редактирование и использование шаблонов сообщений;
- подключение виджета «Разрешить писать сообществу» на внешний сайт;
- в случае отсутствия модератора сообщества становится ответственным за выполнение его обязанностей.

4.9.4 Модератор несет ответственность за:

- удаление комментариев под записями, фото и видео;
- удаление всех комментариев пользователя за неделю;
- занесение пользователя, оставившего комментарий, в чёрный список;
- удаление фото, видео и аудио, опубликованных пользователями (только если раздел или альбом открыт для загрузки всем участникам сообщества);
- удаление комментариев в обсуждениях;

- удаление тем, созданных пользователями, редактирование названий и опросов в них (только если создание тем доступно всем участникам сообщества).

- приглашение новых участников в закрытые группы, одобрение заявок;
- занесение участников в чёрный список (не более 100 в сутки);
- удаление участников из сообщества (не более 100 в сутки);
- удаление участников из чёрного списка.

СОГЛАСОВАНО:

Проректор по развитию

Директор ЦМК

Начальник ПУ

Ответственный за разработку:
программист ЦРиСИС



А.В. Пилипенко

А.Ф. Кулаков

Т.И. Ератова

А.Г. Семин

**Приложение А
(обязательное)**

**Информация об официальных страницах
структурных подразделений в социальных сетях**

Т а б л и ц а 1 – Реестр официальных страниц в социальных сетях структурных подразделений ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»

Название структурного подразделения	Ссылки на группы, сообщества и аккаунты	Ответственное лицо	Контактная информация	Данные для входа (логин, пароль)	Дата регистрации изменений
1	2	3	4	5	6

Лист регистрации изменений

№ Изм.	Номера разделов, подразделов, пунктов, подпунктов				№ распорядительного докум. и дата	Подп. лица вносящего изменения	Дата внесения изменения
	измененных	замененных	новых	аннулированных			