

Департамент образования и науки города Москвы
Государственное бюджетное профессиональное
образовательное учреждение
города Москвы
«Московский государственный образовательный комплекс»
(ГБПОУ МГОК)

Вишнёвая улица, дом 5, Москва, 125362
Телефон/факс 8 (495) 491-57-55
ИНН/КПП 7733023121/773301001

[http:// mgok.mskobr.ru/](http://mgok.mskobr.ru/)
E-mail: mgok@edu.mos.ru

СОГЛАСОВАНО

На Управляющем совете

Протокол № 1

От «05» 02 2021 года

Мнение выборного
Профсоюзного органа

УЧТЕНО

Л.А.Князькова

Протокол № 6

От «05» 02 2021 г.

«08» февраля 2021 №5

УТВЕРЖДАЮ

Директор

Образовательного комплекса

И.А. Артемьев

«05» 02 2021 г.

**ПОЛОЖЕНИЕ ОБ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКЕ
ГБПОУ «МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ
КОМПЛЕКС»**

1. Общие положения и термины

- 1.1. Положение об информационной политике (далее по тексту - Положение) ГБПОУ «Московский государственный образовательный комплекс» разработано в соответствии с законодательством Российской Федерации, уставом ГБПОУ «Московский государственный образовательный комплекс», внутренними документами ГБПОУ МГОК.
- 1.2. Информационная политика ГБПОУ МГОК направлена на наиболее полное удовлетворение информационных потребностей целевой аудитории и иных заинтересованных лиц в достоверной информации о ГБПОУ МГОК, его деятельности, обеспечение возможности свободного и необременительного доступа к данной информации, поддержание уровня деловой репутации ГБПОУ МГОК, разъяснение политики ГБПОУ МГОК всем заинтересованным лицам, формирование общественного мнения, благоприятного для реализации стратегических задач ГБПОУ МГОК.

- 1.3. Настоящее Положение определяет цели, задачи и принципы информационной политики ГБПОУ МГОК, целевой аудиторией и направлениях информационной политики, а также каналах распространения информации.
- 1.4. Ответственность за полноту и достоверность раскрываемой информации о ГБПОУ МГОК и его деятельности несет уполномоченное структурное подразделение ГБПОУ МГОК.
- 1.5. В настоящем Положении используются следующие основные понятия и термины:

Целевая аудитория (ЦА) – физические и юридические лица, организации и их объединения, органы государственной власти и местного самоуправления, проявляющие реальный или потенциальный интерес к ГБПОУ МГОК и прямо или косвенно влияющие на результаты ее финансово-экономической, научно-образовательной и производственной деятельности.

Каналы распространения информации – общедоступные средства массовой информации: печатные и интернет- издания, аккаунты, страницы, группы в социальных сетях, на специализированных платформах в сети интернет, радио и т.д.

Социальные сети – онлайн-платформы, которые используются для общения, знакомств, создания социальных отношений между людьми, которые имеют схожие интересы или офлайн-связи, а также для развлечения и работы (ВКонтакте, Facebook, Одноклассники, Instagram и др.)

Telegram – мессенджер, позволяющий обмениваться сообщениями и медиафайлами многих форматов.

YouTube – видеохостинг, предоставляющий пользователям услуги хранения, доставки и показа видео. Служит для размещения видео следующего формата: имиджевые, презентационные и вирусные ролики, анонсы мероприятий, мастер-классы, видеоотчеты с мероприятий, социальные ролики, выпуски новостей.

Яндекс.Дзен – интернет-платформа, в которой лента публикаций автоматически подстраивается под интересы пользователя.

Контент-план – список планируемых тем для публикации в блоге, социальных сетях, рассылке и иных ресурсах в Интернете.

Медиаплан – расписание выходов рекламных материалов, планирование рекламных кампаний, выбор площадок для доставки рекламного сообщения (обеспечивает контакт целевой аудитории с рекламным сообщением).

Плей-лист – подборка видео- и аудиоконтента (песен, инструментальных композиций, телепередач и других онлайн трансляций технологии IPTV) для воспроизведения на радио или с помощью медиаплеера.

Некоммерциализированная информация – публикации, видео- радио-

фото- материалы, носящие значимый, образовательный, информационный, развлекательный, имиджевый характер.

Коммерциализированная информация – информация о платных программах, курсах, услугах, акциях, скидках и т.д.

Посадочная страница (landing page) — веб-страница, основная задача которой – сбор контактных данных целевой аудитории. Используется для усиления эффективности рекламы, увеличения аудитории, обычно содержит информацию о товаре или услуге. Помогает конвертации посетителя в покупателя или клиента компании, побуждает к целевому действию.

Интернет-магазин – сайт, торгующий товарами посредством сети Интернет. Позволяет пользователям онлайн, в своём браузере или через мобильное приложение, сформировать заказ на покупку, выбрать способ оплаты и доставки заказа, оплатить заказ.

2. Основные принципы информационной политики ГБПОУ

2.1. Основными принципами информационной политики ГБПОУ МГОК являются: регулярность, оперативность, доступность, достоверность, полнота, сбалансированность, равноправие и защищенность информационных ресурсов:

- *принцип регулярности* означает, что МГОК намерен на регулярной основе предоставлять всем ЦА информацию о своей деятельности через имеющиеся в ее распоряжении коммуникационные средства;
- *принцип оперативности* означает, что МГОК намерен в короткие сроки информировать ЦА о важных событиях и фактах, затрагивающих их интересы и деятельность МГОК;
- *принцип доступности* означает, что способы доведения значимой информации о МГОК до ЦА обеспечат им свободный и необременительный доступ к такой информации;
- *принцип достоверности* означает, что МГОК намерен предоставлять информацию, соответствующую действительности, и будет следить за тем, чтобы распространяемая информация не была искажена или не являлась ошибочной;
- *принцип полноты* означает, что МГОК намерен предоставлять о себе информацию, достаточную, чтобы сформировать у представителей целевой аудитории наиболее полное представление по интересующим вопросам;
- *принцип сбалансированности* означает, что МГОК исходит из разумного баланса открытости и прозрачности с одной стороны, и конфиденциальности – с другой. Достижение разумного баланса в этой связи исходит из стремления максимально реализовать права целевой аудитории на получение информации при условии строгой защиты интересов государства и МГОК в части ограничения

доступа к государственной тайне, коммерчески ценной и иной информации, способной оказать негативное влияние на деятельность МГОК, информации, составляющей коммерческую тайну, информации ограниченного доступа (ДСП), иной конфиденциальной и/или охраняемой информации;

- *принцип равноправия* означает, что МГОК обеспечивает равные права и возможности в получении информации для представителей каждой отдельной целевой аудитории, если иное не установлено действующим законодательством;
- *принцип защищенности* означает, что МГОК будет применять допустимые законом Российской Федерации способы и средства для защиты информации, составляющей государственную и иной охраняемой информации.

3. Целевая аудитория ГБПОУ МГОК

3.1. Основной целевой аудиторией ГБПОУ МГОК являются:

- действующие школьники и учащиеся ГБПОУ МГОК, а также их родители;
- потенциальные учащиеся ГБПОУ МГОК и их родители;
- действующие и потенциальные работодатели учащихся ГБПОУ МГОК;
- Департамент образования г. Москвы и иные органы государственной власти;
- коллектив сотрудников ГБПОУ МГОК;
- Союз машиностроителей России;
- экспертное и научное сообщество в сфере образования, в том числе эксперты по компетенциям всемирного движения World Skills.

4. Основные направления информационной политики ГБПОУ МГОК

4.1. Основными направлениями информационной политики ГБПОУ МГОК является:

- создание централизованной системы контроля и управления информационными потоками, предназначенными для организации работы с ЦА, удовлетворения потребностей ЦА в актуальной, достоверной и оперативной информации о деятельности ГБПОУ МГОК;
- формирование привлекательного имиджа и укрепление деловой репутации ГБПОУ МГОК как образовательного учреждения с четкими и прозрачными принципами управления организацией, высокими возможностями и потенциалом;
- пропаганда полезности и необходимости развития системы образования для жителей г. Москва;
- продвижение позитивных тенденций в развитии ГБПОУ МГОК,

- научных, образовательных, спортивных и иных достижений;
- содействие в популяризации возможностей системы образования г. Москвы;
- укрепление деловой репутации ГБПОУ МГОК;
- организация эффективного информационного взаимодействия со средствами массовой информации, органами государственной власти и иными организациями.

5. Ключевые задачи продвижения ГБПОУ МГОК в рамках информационной политики.

- 5.1. Привлечение потенциальных партнеров-работодателей;
- 5.2. Обеспечение потока на специальности МГОК;
- 5.3. Обеспечение потока на курсы по дополнительному образованию;
- 5.4. Вхождение в ТОП по информационной открытости среди московский учреждений образования;
- 5.5. Создание позитивного образа МГОК путем информирования о достижениях МГОК;
- 5.6. Информирование об учебной/внеучебной деятельности МГОК.

6. Информационная политика ГБПОУ МГОК осуществляется в соответствии с принципом «Один голос».

В целях упорядочивания информации, исходящей от ГБПОУ МГОК, право делать публичные заявления от лица ГБПОУ МГОК предоставляется следующим должностным лицам:

- 6.1. Директору ГБПОУ МГОК
- 6.2. Сотруднику ГБПОУ МГОК, на которого возложены данные должностные обязанности, или иному лицу, уполномоченному Директором ГБПОУ МГОК.

7. Источники информации.

Основными источниками информации о деятельности ГБПОУ МГОК являются ее структурные подразделения, органы управления и должностные лица.

- 7.1. Каждое подразделение ГБПОУ МГОК обязано оказывать содействие сотрудникам уполномоченного отдела ГБПОУ МГОК в своевременном получении достоверной и актуальной информации о текущей деятельности ГБПОУ МГОК или по теме запроса.
- 7.2. В целях эффективного информационного сопровождения деятельности ГБПОУ МГОК и реализации задач по формированию привлекательного имиджа и укрепления деловой репутации продвижения все подразделения ГБПОУ МГОК должны предоставлять в уполномоченный отдел месячный календарь информационных поводов или мероприятий («календарь событий») и еженедельные корректировки к нему, а также актуализировать календарь событий при появлении новой информации.

- 7.3. Решение об использовании в СМИ той или иной информации принимается уполномоченным отделом ГБПОУ МГОК с учетом мнения соответствующего структурного подразделения, предоставившего информацию.
- 8. Единой концепцией для всех действующих и новых инструментов продвижения МГОК в информационном пространстве является концепция «МГОК.Онлайн».**
- 9. Каналы распространения информации о ГБПОУ МГОК для целевой аудитории.**
- 9.1. Основные каналы распространения некоммерциализированной информации:
- сайт МГОК <http://mgok.mskobr.ru>;
 - аккаунты в социальных сетях: <https://www.facebook.com/mgok.online>, <https://vk.com/mgok.online>, <https://www.instagram.com/mgok.online>;
 - газета ГБПОУ МГОК «МГОК.Онлайн»;
 - радио ГБПОУ МГОК «МГОК.Онлайн» <https://mgok.mskobr.ru/radio-mgok-onlayn>;
 - сайт Медицентра ГБПОУ МГОК «МГОК.Онлайн».
- 9.2. Дополнительные каналы распространения некоммерциализированной информации:
- YouTube канал «МГОК.Онлайн - Медиа» <https://www.youtube.com/channel/UCK8vTUV-lfJ7N2IAWstVZXg>
 - канал в рекомендательной ленте контента и платформе для блогеров Яндекс.Дзен «МГОК.Онлайн»;
 - Telegram – канал «МГОК.Онлайн».
- 9.3. Каналы распространения коммерциализированной информации:
- аккаунты «МГОК.Маркет» в социальных сетях Facebook и ВКонтакте;
 - канал в рекомендательной ленте контента и платформе для блогеров Яндекс.Дзен «МГОК.Маркет»;
 - посадочная страница (landing page) МГОК.Маркет;
 - интернет-магазин МГОК.Маркет.
- 9.4. Размещение информации и контента на информационных источниках, указанных в вышеуказанных пунктах осуществляется по согласованию с уполномоченным отделом ГБПОУ МГОК, ответственным за информационное сопровождение.

10. Требования к наполнению контентом каналов распространения информации:

10.1. Каждый основной и дополнительный некомерциализированный канал, а также комерциализированный канал распространения информации ГБПОУ МГОК может иметь собственное положение или регламент.

10.2. Требования к основным и дополнительным некомерциализированным каналам распространения информации, носящим маркировку (название) МГОК.Онлайн:

- в рамках единой информационной политики и продвижения образовательного учреждения в сети Интернет, каналы, носящие маркировку (название) МГОК.Онлайн, является информационно-познавательными и посвящены теме образования;

- основными задачами этих каналов является популяризация практико-ориентированного образование и просветительская деятельность в сфере образования, а также размещение актуальной познавательной информации;

- публикации на сайте МГОК <http://mgok.mskobr.ru>, сайте Медицентра ГБПОУ МГОК «МГОК.Онлайн», сайте газеты ГБПОУ МГОК «МГОК.Онлайн» осуществляются ежедневно;

- публикации в каналах: <https://www.facebook.com/mgok.online>; <https://vk.com/mgok.online>; <https://www.instagram.com/mgok.online> происходят согласно контент-плана ежедневно;

- трансляция на радио ГБПОУ МГОК «МГОК.Онлайн» <https://mgok.mskobr.ru/radio-mgok-onlayn> осуществляется ежедневно согласно плей-листа;

- публикации в каналах: YouTube канал «МГОК.Онлай - Медиа»; Яндекс.Дзен «МГОК.Онлайн»; Telegram – канал «МГОК.Онлайн» происходят согласно медиаплану раз в 2-3 дня.

10.3. Требования к коммерциализированным каналам распространения информации, носящим маркировку (название) «МГОК.Маркет»:

- публикация актуального контента, имеющего цель стимулирование спроса на платные услуги ГБПОУ МГОК;

- публикации в аккаунтах «МГОК.Маркет» в социальных сетях Facebook и ВКонтакте; в канале Яндекс.Дзен «МГОК.Маркет», на посадочной странице (landing page) «МГОК.Маркет», в интернет-магазине «МГОК.Маркет» происходят согласно медиаплану.

10.4. Всем структурным подразделениям ГБПОУ МГОК предоставлять информацию для информационного освещения каждую пятницу до 15.00 по предстоящим мероприятиям/событиям на следующую неделю на почту info@mgok.pro согласно следующих требований:

- название письма «ИнфоПовод на период с ____ по ____»;

- краткое описание мероприятия или события с приложением имеющихся материалов и фотографий;
- желаемый канал размещения информации (сайт, социальные сети, газета, радио, видеоролик);
- контактное лицо для оперативной связи в целях уточнения информации.

11. Виды взаимоотношений ГБПОУ МГОК со СМИ:

- 11.1. Проведение брифингов (пресс-конференций, пресс-подходов) с участием директора, заместителей директора или других специалистов ГБПОУ МГОК, определенных директором для участия в брифинге (пресс-конференции, пресс-подходе), для журналистов российских СМИ как на территории ГБПОУ МГОК, так и во время выездных мероприятий, выставок, форумов, конференций и т.д.;
- 11.2. Регулярное создание и распространение пресс-релизов, в том числе размещение их на официальных Интернет-ресурсах ГБПОУ МГОК;
- 11.3. Комментарии актуальных тем от имени ГБПОУ МГОК;
- 11.4. организация интервью;
- 11.5. Содействие в организации пресс-туров журналистов для посещения ГБПОУ МГОК;
- 11.6. Предоставление информации по запросам журналистов;
- 11.7. Проведение информационно-репутационных кампаний в СМИ.

12. Управление информационными рисками:

- 12.1. Отдел ГБПОУ МГОК, ответственный за информационное освещение, выявляет информационные риски на основании регулярно получаемой информации о предстоящих информационных поводах и мониторинга СМИ и блогосферы.
- 12.2. По результатам анализа полученных данных составляется перечень информационных рисков и дается оценка степени их опасности и вероятности возникновения, и разрабатываются предложения по нейтрализации или смягчению нежелательных последствий информационных рисков.
- 12.3. Решение о мерах по работе с информационными рисками принимает директор ГБПОУ МГОК по представлению начальника отдела ГБПОУ МГОК, ответственного за информационное сопровождение.

13. Ответственность за соблюдение требований стратегии:

- 13.1. Все подразделения ГБПОУ МГОК в установленном порядке обязаны соблюдать единый механизм передачи информации в СМИ, обозначенный в данной стратегии.
- 13.2. При нарушении требований стратегии продвижения ГБПОУ МГОК в информационном пространстве руководитель соответствующего

подразделения обязан установить причины нарушения с целью недопущения их повторения и привлечь к ответственности виновных лиц.

Разработчик:
Начальник отдела
В.К. Сурина



Согласовано:

Начальник юридического отдела
С.А. Матюхин
« 05 » 02 2021 года



Заместитель директора
Е.А. Голубкова
« 08 » 02 2021 года



Руководитель службы охраны труда
Т.В. Елисеева
« 08 » 02 2021 года



Заместитель директора
А.А. Шишкина
« 08 » 02 2021 года



Начальник отдела
Т.М. Лобанова
« 08 » 02 2021 года



И. о. зам. директора
В.П. Полубабкин
« 05 » 02 2021 года



Начальник отдела кадров
М.А. Залесовская
« 05 » 02 2021 года

