Подписан: Широкова Ольга Юрьевна
DN: C=RU, O=""МАДОУ ""Детский сад №8 ""Чебурашка""", CN=Широкова Ольга Юрьевна, E=urup-cheburaska@mail.ru
Основание: я подтверждаю этот документ своей удостоверяющей подписью
Местоположение: место подписания
Дата: 2022-12-14 11:40:23

Администрация городского округа город Урюпинск Волгоградской области
муниципальное автономное дошкольное образовательное учреждение
«Детский сад № 8 «Чебурашка» городского округа город Урюпинск
Волгоградской области
(МАДОУ «Детский сад № 8 «Чебурашка»)
город Урюпинск, Волгоградская область, ул. Октябрьская 158, 403116.
Тел. 8(84442) 3-65-18, e-mail: urup-cheburaska@mail.ru,
ОКПО 10513485, ОГРН 1123457001018, ИНН 3438010505 КПП 343801001

ПРИНЯТО
на педагогическом совете
Протокол № 1 от 01.08.2022г.

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий МАДОУ
«Детский сад №8 «Чебурашка»
_____ О.Ю. Широкова
Приказ № 329 от 15.08.2022г.

ПОЛОЖЕНИЕ
о порядке ведения официальных страниц МАДОУ «Детский сад №8 «Чебурашка» в социальных сетях

I Общие положения

1.1. Настоящее положение регламентирует порядок создания и ведения официальных страниц социальных сетей МАДОУ «Детский сад №8 «Чебурашка» (далее – Учреждение) с целью взаимодействия образовательных учреждений, сотрудников Учреждения, родителей (законных представителей) воспитанников и других заинтересованных лиц в информационно-телекоммуникационной сети Интернет, а также дальнейшего продвижения достижений Учреждения.

1.2. Общее руководство процессом создания, организации работы социальных сетей Учреждения осуществляет заведующий МАДОУ «Детский сад №8 «Чебурашка».

1.3. Непосредственное руководство процессом организации создания, сопровождения и ведения социальных сетей Учреждения осуществляет старший воспитатель.

1.4. Подлинность социальной группы должна быть подтверждена через портал Госуслуги, иметь флажок «Госорганизация» и плашку «Подтверждено через Госуслуги».

1.5. В настоящем Положении используются следующие основные термины и определения:

1.5.1. Аватар - картинка пользователя, двухмерное изображение, графически представляющее пользователя в социальных сетях.

1.5.2. 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.

1.5.3. Аккаунт: учетная запись в социальной сети. Аккаунт представляет собой личную страницу Учреждения в сети. Название аккаунта должно отражать название Учреждения и иметь дополнительное описание о видах и направлениях деятельности.

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

1.5.4. «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.

1.5.5. Владелец аккаунта: лицо, разместившее учетную запись в социальных сетях. Владелец сообщества/аккаунта является пользователь, зарегистрированный в социальной сети с помощью служебного номера телефона или официальной почты.

1.5.6. Вовлекающий контент: опросы, посты-реакции на свежие инфоповоды, обсуждения, конкурсы, интерактивы в комментариях.

1.5.7. Информационный контент: обучающие статьи, полезные советы, разбор ошибок и часто задаваемых вопросов, экспертные мнения, инфографика, инструкции, интервью.

1.5.8. 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.

1.5.9. Контент: информационное наполнение страниц в социальных сетях, отвечающее потребностям аудитории в актуальной информации и выраженное в различных формах: текстовой, визуальной, аудиовизуальной.

1.5.10. Контент-план: график создания и размещения публикаций в социальных сетях. Контент-план необходим, чтобы структурировать публикуемые материалы, сделать их упорядоченными, разнообразными и отвечающимипоставленным задачам.

1.5.11. Верификация страницы социальной сети: проверка и подтверждение подлинности официальной страницы социальной сети Учреждения.

1.5.12. 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.

1.5.13. 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.

1.5.14. Новостной контент: новости Учреждения, информирование об организационных вопросах, отчёты с мероприятий.

1.5.15. Обложка: визуальная шапка сообщества, которая отображается сверху страницы и является самым важным элементом оформления всего сообщества.

1.5.16. Пользователи социальных сетей: люди, имеющие страницы в социальных сетях, размещающие или использующие информацию социальных сетей.

1.5.17. Пост: запись, публикация, размещённая на странице в социальных сетях. Юмор, мемы, подборки фильмов, музыки, фотографий, цитаты, головоломки, ребусы, сторителлинг, поздравления, атмосферные фото.

1.5.18. Редактор: назначаемый администратором сообщества пользователь, следящий за наполнением страницы контентом и визуальным оформлением сообщества, обладающий более узким, чем администратор, функционалом управления сообществом.

1.5.19. Реестр официальных страниц: перечень официально зарегистрированных соцсетей Учреждения.

1.5.20. Сообщество: объединение пользователей с возможностью предоставления им актуальной информации о деятельности Учреждения.

1.5.21. 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.

1.5.22. Тело поста: пустое поле, появляющееся при публикации поста в социальной сети, и информация, которой оно наполняется.

1.5.23. Хештег: слово в социальных сетях, начинающееся с символа #, которое служит для пометки публикации о её принадлежности к какому-либо событию, теме или обсуждению.

1.5.24. Фирменный стиль: единый визуальный и информационный стиль оформления образа Учреждения в социальных сетях, разработанный администратором и согласованный с руководителем Учреждения.

1.5.25. Целевая аудитория: группа людей, которым может быть интересна информация об Учреждении, предоставляемая в той или иной социальной сети.

1.5.26. URL: электронный адрес, ссылка, указывающая путь к сообществу/аккаунту в социальной сети.

II Основные задачи

2.1. Создание узнаваемого бренда Учреждения.

2.2. Поиск заинтересованных организаций для дальнейшего развития партнерских отношений.

2.3. Повышение коммуникации с родителями (законными представителями) воспитанников.

2.4. Увеличение присутствия официальных страниц Учреждения в социальных сетях.

2.5. Реклама образовательных программ, методов и технологий обучения, реализации программы воспитания и достижений коллектива Учреждения.

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

III Функции

3.1. Установление минимальных требований для включения в реестр официальных страниц Учреждения в социальных сетях.

3.2. Установление требований для оптимального ведения официальных страниц Учреждения в социальных сетях.

3.3. Определение порядка создания официальных страниц Учреждения в социальных сетях.

3.4. Определение порядка ведения официальных страниц Учреждения в социальных сетях.

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

3.6. Определение способов привлечения педагогов 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 Учреждения.

IV Порядок выполнения процедуры

4.1. Минимальные требования для включения в реестр официальных страниц Учреждения в социальных сетях.

4.1.1. В реестр официальных страниц Учреждения в социальных сетях включаются только сообщества и аккаунты, которые соответствуют настоящим минимальным требованиям. Включение аккаунтов и сообществ в реестр официальных страниц Учреждения предполагает их дальнейшее развитие и продвижение.

4.1.2. Официальное сообщество Учреждения – площадка донесения информации до родителей (законных представителей), сотрудников Учреждения и заинтересованных лиц.

4.1.3. В названии сообщества/аккаунта необходимо указывать полное наименование Учреждения, 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 Учреждения и одинаковым во всех соцсетях. Если адрес ссылки уже занят, следует подобрать похожий.

4.1.4. В качестве обложки (шапки) сообщества/аккаунта в социальных сетях ВКонтакте, Одноклассники следует использовать Госпаблик и изображение в фирменном стиле Учреждения (при наличии) либо качественный снимок здания Учреждения, фото с мероприятий.

4.1.5. В качестве аватара сообщества/аккаунта следует использовать официальный логотип детского сада.

4.1.6. В информации об Учреждении нужно обязательно указать, что сообщество/аккаунт является официальной страницей Учреждения, а также ёмко и кратко, не используя громоздкие конструкции, изложить сущность его деятельности, указать адрес, график работы.

4.1.7. В разделе с контактной информацией необходимо указать ссылку на ответственное лицо – администратора сообщества, а также ссылки на руководство Учреждения. В качестве ссылок следует указать также ссылку на сайт Учреждения и его официальную страницу в соответствующей социальной сети, ссылки на страницы других социальных сетях.

4.1.8. В обсуждениях сообщества следует создать тему, в которой педагоги, родители и заинтересованные лица смогут задавать вопросы и обозначать возникшие в ходе образовательного процесса проблемы.

4.1.9. При создании сообщества/аккаунта Учреждения в социальных сетях необходимо обеспечить его открытый характер. Не допускается создание закрытых официальных сообществ/аккаунтов. Комментарии в сообществах/аккаунтах следует открыть для всех пользователей. Комментарии могут быть закрыты в случае получения отзывов негативного, скорбительного характера.

4.1.10. При наполнении официальных страниц контентом необходимо ориентироваться на стиль общения в социальных сетях. Для включения сообществ/аккаунтов в реестр официальных страниц Учреждения 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.

4.1.11.Минимальные требования для включения страницы в реестр официальных страниц Учреждения позволяют публикациям 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.

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

V Ответственность участников официальных страниц социальных сетей

5.1. Владелец сообщества (аккаунта) несет ответственность за:
- корректное функционирование официальной страницы социальных сетей Учреждения;
- своевременное размещение, верифицированной и достоверной информации на официальной странице социальных сетей Учреждения;
- верификацию сообщества и официальной страницы социальных сетейУчреждения;
- в случае отсутствия администратора, редактора, модератора становится ответственным за выполнение их обязанностей.

5.2. 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, редактор сообщества становитсяответственным за выполнение их обязанностей.

5.3. Редактор несет ответственность за:
- редактирование и публикацию, записей и комментариев от именисообщества;
- 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 внешнийсайт;
- в случае отсутствия модератора сообщества становится ответственнымза выполнение его обязанностей.

2.1.1 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 черный список;
- удаление участников из сообщества;
- удаление участников из черного списка.