




УТВЕРЖДАЮ  
и.о. директора  
ГАПОУ СО УРТК им. А.С. Попова  
  
Е.А. Ахмерова  
«11» августа 2020 г.

## ПОЛОЖЕНИЕ

### о конкурсе официальных страниц профессиональных образовательных организаций Свердловской области в социальных сетях «ВКонтакте» и Instagram, посвященном празднованию 80-летия системы профессионально-технического образования

#### 1. Общие положения

1.1 Настоящее положение определяет цели, задачи, порядок и условия Конкурса официальных страниц профессиональных образовательных организаций Свердловской области в социальных сетях «ВКонтакте» и Instagram, посвященном празднованию 80-летия системы профессионально-технического образования (далее – конкурс).

1.2 Конкурс проводится в рамках Плана мероприятий, приуроченных к празднованию в Свердловской области 80-летнего юбилея создания единой централизованной системы профессионально-технического образования в России.

1.3 Организатором конкурса является Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Свердловской области «Уральский радиотехнический колледж им. А.С. Попова» (далее – организатор конкурса, ГАПОУ СО «Уральский радиотехнический колледж им. А.С. Попова») при поддержке Министерства образования и молодежной политики Свердловской области.

1.4 Информация о конкурсе размещается на официальном сайте ГАПОУ СО «Уральский радиотехнический колледж им. А.С. Попова» в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет») – страница «К 80-летию системы профессионально-технического образования» (<http://urtt.ru/proftech80>), а также в других средствах массовой информации.

1.5 Конкурс является открытым и проводится в соответствии с настоящим положением. Участие в конкурсе добровольное и бесплатное.

#### 2. Цель и задачи конкурса

2.1 **Цель конкурса** – выявление наиболее эффективных практик медийной деятельности профессиональных образовательных организаций Свердловской области (далее – ПОО СО, образовательная организация), направленной на формирование, развитие и совершенствование успешного взаимодействия со своей целевой аудиторией в социальных сетях «ВКонтакте» и Instagram через официальные страницы для выполнения маркетинговых, информационных, образовательных, воспитательных и развивающих задач:

- формирование положительного имиджа образовательной организации,
- информационное обеспечение деятельности с учетом интересов обучающихся, абитуриентов, родителей (законных представителей), партнеров,
- повышение активности и развитие интереса обучающихся по отношению к учебной и внеучебной жизни,
- создание условий для реализации задач воспитания и социализации обучающихся по основным направлениям,

- формирование позитивной информационной среды с благоприятным психологическим воздействием,
- распространение и сохранение принципов открытой и свободной коммуникации всех участников образовательного процесса,
- повышение информационной культуры обучающихся,
- создание единого информационного пространства.

## 2.2 Задачи конкурса:

2.2.1 привлечение внимания общественности к деятельности профессиональных образовательных организаций Свердловской области;

2.2.2 популяризация медийной деятельности профессиональных образовательных организаций Свердловской области в социальных сетях «ВКонтакте» и Instagram;

2.2.3 сбор и поощрение наиболее эффективных практик медийной деятельности профессиональных образовательных организаций Свердловской области.

## 3. Участники конкурса

3.1 Участники конкурса – профессиональные образовательные организации Свердловской области, ведущие деятельность и взаимодействующие с обучающимися на площадках в социальных сетях «ВКонтакте» и Instagram, посредством официальных страниц.

3.2 Иницирует участие образовательной организации в конкурсе сотрудник или студент, отвечающий за ведение и продвижение официальных страниц в социальных сетях.

## 4. Порядок проведения конкурса

4.1 Образовательная организация может участвовать в конкурсе по одной из двух нижепредставленных номинаций:

- «Лучшая официальная страница в социальной сети «ВКонтакте»;
- «Лучшая официальная страница в социальной сети Instagram».

4.2 Конкурс состоит из трех периодов:

- 1) 1 сентября – 30 сентября 2020 года: сбор заявок;
- 2) 1 октября – 31 октября 2020 года: работа экспертной комиссии;
- 3) 1-15 ноября 2020 года: информирование об итогах конкурса.

4.3 Для участия в конкурсе необходимо **до 30 сентября 2020 года** направить организатору конкурса на адрес электронной почты [proftech80-urtk@yandex.ru](mailto:proftech80-urtk@yandex.ru) – заявку на участие в конкурсе (Приложение 1) в форматах Word (без подписи) и PDF, а также, по желанию, – лист самомониторинга (для страниц во «ВКонтакте» – Приложение 2, для страниц в Instagram – Приложение 3). В теме письма указывать номинацию конкурса. Все вложения нужно именовать по их содержанию с указанием краткого наименования ПОО СО.

4.4 Официальные страницы участников оценивает компетентная экспертная комиссия в следующем составе:

– Председатель комиссии: Смирнова Яна Геннадьевна, директор Центра развития местных сообществ и инициатив УрФУ, канд. филол. наук, директор АНО Информационный центр развития социальных инициатив УралДобро;

– Член комиссии: Чехомова Алена Александровна, председатель Свердловского регионального отделения ООДО «Лига юных журналистов», руководитель Студии молодежных медиа «Громко!» ГАНУ СО «Дворец молодежи»;

– Член комиссии: Слепухина Светлана Игоревна, заместитель председателя Комитета по молодежной политике Администрации города Екатеринбурга;

– Член комиссии: Ахмерова Елена Алексеевна, заместитель директора по воспитательной работе ГАПОУ СО «Уральский радиотехнический колледж им. А.С. Попова».

Секретарь комиссии: Евдокимова Екатерина Леонидовна, педагог-организатор ГАПОУ СО «Уральский радиотехнический колледж им. А.С. Попова».

Технический эксперт – Прокопенко Артемий, студент 3 курса ГАПОУ СО «Уральский радиотехнический колледж им. А.С. Попова», руководитель студенческого медиаклуба «Импульс».

## 5. Критерии оценивания

5.1 Оценивание официальных страниц ПОО СО в социальных сетях «ВКонтакте» и Instagram по критериям № 2 – № 7 проводится за период работы в июне 2020 года.

5.2 Критерии оценки страницы во «ВКонтакте»:

№	Наименование критерия	Содержание показателей	Кол-во баллов
1	Общее оформление	1.1 Присутствует основная информация об образовательной организации: название, контактные данные, краткая история основания, миниатюра, обложка, статус	0-1
		1.2 Наличие фирменного стиля в оформлении обложки, миниатюры и разделов	0-1
		1.3 В сообществе присутствует и корректно настроено меню, подключены и работают приложения	0-1
		1.4 В сообществе присутствуют, ведутся и содержат релевантные данные разделы «Обсуждения», «Фотоальбомы», «Статьи», «Видеозаписи», «Аудиозаписи», «Товары», «Мероприятия»	0-2
2	Разнообразие контента с учетом интересов потенциальных подписчиков	2.1 Контент по содержанию публикаций направлен на вовлечение потенциальных подписчиков разных групп: – обучающихся, – абитуриентов, – родителей (законных представителей), – партнеров	0-4
3	Регулярность и своевременность обновлений контента	3.1 Количество публикаций в течение месяца	Менее 10 – 0,5 10-15 – 1 16-29 – 2 30-40 – 3 Более 40 – 5
		3.2 Публикации, содержащие информацию, привязанную ко времени (временному промежутку), размещаются своевременно	0-1
		3.3 В сообществе нет длительных – более 3 дней – простоев в плане размещения контента	0-1
4		4.1 Открытость группы	0-1

	Активность и вовлеченность подписчиков	4.2 Общее количество подписчиков от числа контингента образовательной организации (% подписчиков от контингента на 01.09.2020 г.)	10 %-30 % – 0,5 31%-49% – 1 50%-70 % – 3 71%-100% – 4 Более 100 % – 5
		4.3 Среднее число просмотров публикаций (рассчитывается для последних 10 записей месяца: сумма количества просмотров / общее кол-во подписчиков * 100%)	10 %-20 % – 0,5 21%- 50% – 1 51%-70 % – 2 70%-100% – 3
		4.4 Средний уровень вовлеченности подписчиков (рассчитывается для последних 10 записей месяца: кол-во отметок «Нравится» + кол-во комментариев + кол-во репостов) / общее кол-во подписчиков * 100%)	Менее 0,1% – 0 0,1%-0,2% – 1 0,3%-0,5% – 2 Более 0,5% – 3
5	Качество публикаций	5.1 Процент собственного контента организации (рассчитывается от общего количества публикаций)	10 %-20 % – 0,5 21%-50% – 1 51%-70 % – 2 70%-100% – 3
		5.2 Качество текстового материала в сообществе: – разделение текста на абзацы, – грамотность (отсутствие орфографических, пунктуационных, грамматических, речевых и других ошибок), – творческий подход и индивидуальный стиль в подаче материала, – использование внутренних и внешних хештегов для публикаций	0-4
		5.3 Качество графических и фотоматериалов к публикациям: – смысловое соответствие информации, – оригинальность и творческий подход, – качество фотографий	0-3
6	Интерактивная коммуникация	6.1 В сообществе: – созданы тематические беседы, – проводятся прямые эфиры, – проводятся опросы, голосования	0-3
7	Образовательный и воспитательный потенциал площадки	7.1 В сообществе присутствует информация, содействующая образовательному процессу обучающихся: – объявления информационного характера, – ссылки на образовательные ресурсы, – правила, памятки, инструкции, статьи, связанные с образовательным процессом, – видеоролики с полезными для студентов советами и рекомендациями, – аудиозаписи и подкасты	0-5

		<p>7.2 В сообществе присутствует информация по различным направлениям воспитательной работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– гражданско-патриотическое воспитание,</li> <li>– профессионально-ориентирующее направление,</li> <li>– спортивное и здоровьесориентирующее направление,</li> <li>– экологическое направление,</li> <li>– студенческое самоуправление,</li> <li>– культурно-творческое направление,</li> <li>– бизнес-ориентирующее направление,</li> <li>– профилактика деструктивных проявлений,</li> <li>– безопасность жизнедеятельности,</li> <li>– другое</li> </ul>	0-10
		<p>7.3 Создание условий для участия обучающихся в мероприятиях разного уровня:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– информирование о возможности участия в мероприятиях разного уровня,</li> <li>– сопровождение участников</li> </ul>	0-2
8	Открытость, доступность и культура коммуникации	8.1 Комментарии включены	0-1
		8.2 Присутствуют активные ссылки на контакты администраторов сообщества	0-1
		8.3 Поведение подписчиков, гостей и руководителей сообщества регламентировано составленными и размещенными правилами	0-1
		8.4 В сообществе включена функция «Сообщения»	0-1
		8.5 Руководители сообщества тактично общаются с подписчиками и гостями через комментарии: отвечают на вопросы, предлагают высказать мнение и др.	0-1
9	Единство информационного пространства	9.1 В сообществе разными способами поддерживается тесная связь с официальным сайтом	0-1
		9.2 В сообществе размещена информация о других информационных ресурсах образовательной организации	0-1
Максимальное количество баллов:			65

### 5.3 Критерии оценки страницы во Instagram:

№	Наименование критерия	Содержание показателей	Кол-во баллов
---	-----------------------	------------------------	---------------

1	Общее оформление	1.1 Присутствует основная информация об образовательной организации: миниатюра, название, категория, описание, веб-сайт, географический адрес, адрес электронной почты, номер контактного телефона	0-1
		1.2 Наличие фирменного стиля в оформлении миниатюры и раздела «Актуальное»	0-1
2	Разнообразие контента с учетом интересов потенциальных подписчиков	2.1 Контент по содержанию публикаций направлен на вовлечение потенциальных подписчиков разных групп: – обучающихся, – абитуриентов, – родителей (законных представителей), – партнеров	0-4
3	Регулярность и своевременность обновлений контента	3.1 Количество публикаций в течение месяца	Менее 10 – 0,5 10-15 – 1 16-29 – 2 30-40 – 3 Более 40 – 5
		3.2 Публикации, содержащие информацию, привязанную ко времени (временному промежутку), размещаются своевременно	0-1
		3.3 В аккаунте нет длительных – более 3 дней – простоев в плане размещения контента	0-1
4	Активность и вовлеченность подписчиков	4.1 Открытость аккаунта	0-1
		4.2 Общее количество подписчиков от числа контингента образовательной организации (% подписчиков от контингента на 01.09.2020 г.)	10 %-30 % – 0,5 31%-49% – 1 50%-70 % – 3 71%-100% – 4 Более 100 % – 5
		4.3 Среднее число просмотров публикаций (рассчитывается для последних 10 записей месяца: сумма количества просмотров / общее кол-во подписчиков * 100%)	10 %-20 % – 0,5 21%- 50% – 1 51%-70 % – 2 70%-100% – 3
		4.4 Средний уровень вовлеченности подписчиков (рассчитывается для последних 10 записей месяца: кол-во отметок «Нравится» + кол-во комментариев + кол-во репостов) / общее кол-во подписчиков * 100%)	Менее 0,1% – 0 0,1%-0,2% – 1 0,3%-0,5% – 2 Более 0,5% – 3
5	Качество публикаций	5.1 Процент собственного контента организации (рассчитывается от общего количества публикаций)	10 %-20 % – 0,5 21%-50% – 1 51%-70 % – 2 70%-100% – 3

		<p>5.2 Качество текстового материала в аккаунте:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– разделение текста на абзацы,</li> <li>– грамотность (отсутствие орфографических, пунктуационных, грамматических, речевых и других ошибок),</li> <li>– творческий подход и индивидуальный стиль в подаче материала,</li> <li>– использование хештегов для публикаций</li> </ul>	0-4
		<p>5.3 Качество графических и фотоматериалов к публикациям:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– смысловое соответствие информации,</li> <li>– оригинальность и творческий подход,</li> <li>– качество фотографий</li> </ul>	0-3
6	Интерактивная коммуникация	6.1 В аккаунте проводятся прямые эфиры	0-3
7	Образовательный и воспитательный потенциал площадки	<p>7.1 В аккаунте присутствует информация, содействующая образовательному процессу обучающихся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– объявления информационного характера,</li> <li>– ссылки на образовательные ресурсы,</li> <li>– правила, памятки, инструкции, статьи, связанные с образовательным процессом,</li> <li>– видеоролики с полезными для студентов советами и рекомендациями</li> </ul>	0-5
		<p>7.2 В аккаунте присутствует информация по различным направлениям воспитательной работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– гражданско-патриотическое воспитание,</li> <li>– профессионально-ориентирующее направление,</li> <li>– спортивное и здоровьесориентирующее направление,</li> <li>– экологическое направление,</li> <li>– студенческое самоуправление,</li> <li>– культурно-творческое направление,</li> <li>– бизнес-ориентирующее направление,</li> <li>– профилактика деструктивных проявлений,</li> <li>– безопасность жизнедеятельности,</li> <li>– другое</li> </ul>	0-10
		<p>7.3 Создание условий для участия обучающихся в мероприятиях разного уровня:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– информирование о возможности участия в мероприятиях разного уровня,</li> <li>– сопровождение участников</li> </ul>	0-2
8		8.1 Комментарии включены	0-1

	Открытость, доступность и культура коммуникации	8.2 Поведение подписчиков, гостей и руководителей сообщества регламентировано составленными и размещенными правилами	0-1
		8.3 Руководители сообщества тактично общаются с подписчиками и гостями через комментарии: отвечают на вопросы, предлагают высказать мнение и др.	0-1
9	Единство информационного пространства	9.1 В аккаунте разными способами поддерживается тесная связь с официальным сайтом	0-1
		9.2 В аккаунте размещена информация о других информационных ресурсах образовательной организации	0-1
Максимальное количество баллов:			60

5.4 Дополнительный балл к итоговой оценке экспертная комиссия присуждает участникам, которые провели анализ своих официальных страниц в социальных сетях по соответствующим критериям и направили в адрес организатора конкурса вместе с заявкой на участие лист самомониторинга, указав количество баллов по каждому показателю с комментариями.

5.5 Для разработки критериев были использованы материалы портала «PRO.Культура.РФ»: Методическое пособие для специалистов учреждений культуры «Социальные сети», 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://pro.culture.ru/documentation/SMM\\_metodicheskoe\\_posobie.pdf](https://pro.culture.ru/documentation/SMM_metodicheskoe_posobie.pdf) (дата обращения: 06.08.2020).

## **6. Работа экспертной комиссии, порядок подведения итогов и награждение победителей конкурса**

6.1 Деятельность комиссии основана на принципах равноправия, коллегиальности и гласности.

6.2 К полномочиям комиссии относятся: рассмотрение и оценка официальных страниц участников конкурса в соответствии с критериями, указанными в разделе 5 настоящего положения; подведение итогов и определение победителей конкурса.

6.3 Заседания экспертной комиссии являются закрытыми.

6.4 Решение экспертной комиссии является окончательным и апелляции не подлежит.

6.5 Определение победителей конкурса осуществляется на основании рейтинга количества баллов ПОО СО по каждой номинации.

6.6 Рейтинговые листы и решение оформляются Протоколом экспертной комиссии.

6.7 Официальные страницы в социальных сетях «ВКонтакте» и Instagram ГАПОУ СО «Уральский радиотехнический колледж им. А.С. Попова» участвуют в формировании рейтинга на общих основаниях, но победителями конкурса являться не могут.

6.8 Награждение победителей будет проходить в заочной форме.



### **ЗАЯВКА**

**на участие конкурсе официальных страниц профессиональных образовательных организаций Свердловской области в социальных сетях «ВКонтакте» и Instagram, посвященном празднованию 80-летия системы профессионально-технического образования**

<b>Полное наименование ПОО СО</b>	
<b>Номинация конкурса</b>	
<b>Ссылка на официальную страницу во «ВКонтакте» / Instagram</b>	
<b>Наличие листа самомониторинга (да/нет)</b>	
<b>Контингент образовательной организации на 1 сентября 2020 г. (человек)</b>	
<b>Данные контактного лица</b>	ФИО: Должность: Телефон: Электронная почта:

Руководитель ПОО СО \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
(подпись) (фамилия, имя, отчество)

## ЛИСТ САМОМОНИТОРИНГА

### участника конкурса официальных страниц профессиональных образовательных организаций Свердловской области в социальных сетях «ВКонтакте» и Instagram, посвященном празднованию 80-летия системы профессионально-технического образования

Номинация «Лучшая официальная страница в социальной сети «ВКонтакте»

№	Наименование критерия	Содержание показателей	Кол-во баллов	Оценка
1	Общее оформление	Присутствует основная информация об образовательной организации: название, контактные данные, краткая история основания, миниатюра, обложка, статус	0-1	
		Наличие фирменного стиля в оформлении обложки, миниатюры и разделов	0-1	
		В сообществе присутствует и корректно настроено меню, подключены и работают приложения	0-1	
		В сообществе присутствуют, ведутся и содержат релевантные данные разделы «Обсуждения», «Фотоальбомы», «Статьи», «Видеозаписи», «Аудиозаписи», «Товары», «Мероприятия»	0-2	
2	Разнообразие контента с учетом интересов потенциальных подписчиков	Контент по содержанию публикаций направлен на вовлечение потенциальных подписчиков разных групп: – обучающихся, – абитуриентов, – родителей (законных представителей), – партнеров	0-4	
3	Регулярность и своевременность обновлений контента	Количество публикаций в течение месяца	Менее 10 – 0,5 10-15 – 1 16-29 – 2 30-40 – 3 Более 40 – 5	
		Публикации, содержащие информацию, привязанную ко времени (временному промежутку), размещаются своевременно	0-1	

		В сообществе нет длительных – более 3 дней – простоев в плане размещения контента	0-1	
4	Активность и вовлеченность подписчиков	Открытость группы	0-1	
		Общее количество подписчиков от числа контингента образовательной организации (% подписчиков от контингента на 01.09.2020 г.)	10 %-30 % – 0,5 31%-49% – 1 50%-70 % – 3 71%-100% – 4 Более 100 % – 5	
		Среднее число просмотров публикаций (рассчитывается для последних 10 записей месяца: сумма количества просмотров / общее кол-во подписчиков * 100%)	10 %-20 % – 0,5 21%- 50% – 1 51%-70 % – 2 70%-100% – 3	
		Средний уровень вовлеченности подписчиков (рассчитывается для последних 10 записей месяца: кол-во отметок «Нравится» + кол-во комментариев + кол-во репостов) / общее кол-во подписчиков * 100%)	Менее 0,1% – 0 0,1%-0,2% – 1 0,3%-0,5% – 2 Более 0,5% – 3	
5	Качество публикаций	Процент собственного контента организации (рассчитывается от общего количества публикаций)	10 %-20 % – 0,5 21%-50% – 1 51%-70 % – 2 70%-100% – 3	
		Качество текстового материала в сообществе: – разделение текста на абзацы, – грамотность (отсутствие орфографических, пунктуационных, грамматических, речевых и других ошибок), – творческий подход и индивидуальный стиль в подаче материала, – использование внутренних и внешних хештегов для публикаций	0-4	
		Качество графических и фотоматериалов к публикациям: – смысловое соответствие информации, – оригинальность и творческий подход, – качество фотографий	0-3	
6	Интерактивная коммуникация	В сообществе: – созданы тематические беседы, – проводятся прямые эфиры, – проводятся опросы, голосования	0-3	

7	Образовательный и воспитательный потенциал площадки	<p>В сообществе присутствует информация, содействующая образовательному процессу обучающихся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– объявления информационного характера,</li> <li>– ссылки на образовательные ресурсы,</li> <li>– правила, памятки, инструкции, статьи, связанные с образовательным процессом,</li> <li>– видеоролики с полезными для студентов советами и рекомендациями,</li> <li>– аудиозаписи и подкасты</li> </ul>	0-5	
		<p>В сообществе присутствует информация по различным направлениям воспитательной работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– гражданско-патриотическое воспитание,</li> <li>– профессионально-ориентирующее направление,</li> <li>– спортивное и здоровьесориентирующее направление,</li> <li>– экологическое направление,</li> <li>– студенческое самоуправление,</li> <li>– культурно-творческое направление,</li> <li>– бизнес-ориентирующее направление,</li> <li>– профилактика деструктивных проявлений,</li> <li>– безопасность жизнедеятельности,</li> <li>– другое</li> </ul>	0-10	
		<p>Создание условий для участия обучающихся в мероприятиях разного уровня:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– информирование о возможности участия в мероприятиях разного уровня,</li> <li>– сопровождение участников</li> </ul>	0-2	
8	Открытость, доступность и культура коммуникации	Комментарии включены	0-1	
		Присутствуют активные ссылки на контакты администраторов сообщества	0-1	
		Поведение подписчиков, гостей и руководителей сообщества регламентировано составленными и размещенными правилами	0-1	
		В сообществе включена функция «Сообщения»	0-1	

		Руководители сообщества тактично общаются с подписчиками и гостями через комментарии: отвечают на вопросы, предлагают высказать мнение и др.	0-1	
9	Единство информационного пространства	В сообществе разными способами поддерживается тесная связь с официальным сайтом	0-1	
		В сообществе размещена информация о других информационных ресурсах образовательной организации	0-1	
Максимальное количество баллов:			65	

## ЛИСТ САМОМОНИТОРИНГА

### участника конкурса официальных страниц профессиональных образовательных организаций Свердловской области в социальных сетях «ВКонтакте» и Instagram, посвященном празднованию 80-летия системы профессионально-технического образования

Номинация «Лучшая официальная страница в социальной сети Instagram»

№	Наименование критерия	Содержание показателей	Кол-во баллов	Оценка
1	Общее оформление	Присутствует основная информация об образовательной организации: миниатюра, название, категория, описание, веб-сайт, географический адрес, адрес электронной почты, номер контактного телефона	0-1	
		Наличие фирменного стиля в оформлении миниатюры и раздела «Актуальное»	0-1	
2	Разнообразие контента с учетом интересов потенциальных подписчиков	Контент по содержанию публикаций направлен на вовлечение потенциальных подписчиков разных групп: – обучающихся, – абитуриентов, – родителей (законных представителей), – партнеров	0-4	
3	Регулярность и своевременность обновлений контента	Количество публикаций в течение месяца	Менее 10 – 0,5 10-15 – 1 16-29 – 2 30-40 – 3 Более 40 – 5	
		Публикации, содержащие информацию, привязанную ко времени (временному промежутку), размещаются своевременно	0-1	
		В аккаунте нет длительных – более 3 дней – простоев в плане размещения контента	0-1	
4	Активность и вовлеченность подписчиков	Открытость аккаунта	0-1	
		Общее количество подписчиков от числа контингента образовательной организации (% подписчиков от контингента на 01.09.2020 г.)	10 %-30 % – 0,5 31%-49% – 1 50%-70 % – 3 71%-100% – 4 Более 100 % – 5	

		Среднее число просмотров публикаций (рассчитывается для последних 10 записей месяца: сумма количества просмотров / общее кол-во подписчиков * 100%)	10 %-20 % – 0,5 21%- 50% – 1 51%-70 % – 2 70%-100% – 3	
		Средний уровень вовлеченности подписчиков (рассчитывается для последних 10 записей месяца: кол-во отметок «Нравится» + кол-во комментариев + кол-во репостов) / общее кол-во подписчиков * 100%)	Менее 0,1% – 0 0,1%-0,2% – 1 0,3%-0,5% – 2 Более 0,5% – 3	
5	Качество публикаций	Процент собственного контента организации (рассчитывается от общего количества публикаций)	10 %-20 % – 0,5 21%-50% – 1 51%-70 % – 2 70%-100% – 3	
		Качество текстового материала в аккаунте: – разделение текста на абзацы, – грамотность (отсутствие орфографических, пунктуационных, грамматических, речевых и других ошибок), – творческий подход и индивидуальный стиль в подаче материала, – использование хештегов для публикаций	0-4	
		Качество графических и фотоматериалов к публикациям: – смысловое соответствие информации, – оригинальность и творческий подход, – качество фотографий	0-3	
6	Интерактивная коммуникация	В аккаунте проводятся прямые эфиры	0-3	
7	Образовательный и воспитательный потенциал площадки	В аккаунте присутствует информация, содействующая образовательному процессу обучающихся: – объявления информационного характера, – ссылки на образовательные ресурсы, – правила, памятки, инструкции, статьи, связанные с образовательным процессом, – видеоролики с полезными для студентов советами и рекомендациями	0-5	

		<p>В аккаунте присутствует информация по различным направлениям воспитательной работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– гражданско-патриотическое воспитание,</li> <li>– профессионально-ориентирующее направление,</li> <li>– спортивное и здоровьесориентирующее направление,</li> <li>– экологическое направление,</li> <li>– студенческое самоуправление,</li> <li>– культурно-творческое направление,</li> <li>– бизнес-ориентирующее направление,</li> <li>– профилактика деструктивных проявлений,</li> <li>– безопасность жизнедеятельности,</li> <li>– другое</li> </ul>	0-10	
		<p>Создание условий для участия обучающихся в мероприятиях разного уровня:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– информирование о возможности участия в мероприятиях разного уровня,</li> <li>– сопровождение участников</li> </ul>	0-2	
8	Открытость, доступность и культура коммуникации	Комментарии включены	0-1	
		Поведение подписчиков, гостей и руководителей сообщества регламентировано составленными и размещенными правилами	0-1	
		Руководители сообщества тактично общаются с подписчиками и гостями через комментарии: отвечают на вопросы, предлагают высказать мнение и др.	0-1	
9	Единство информационного пространства	В аккаунте разными способами поддерживается тесная связь с официальным сайтом	0-1	
		В аккаунте размещена информация о других информационных ресурсах образовательной организации	0-1	
Максимальное количество баллов:			60	