

	МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ		
	федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Новосибирский государственный технический университет»		
	Система менеджмента качества	Положение	СМК 7.2.3 – 01-2023
	ПОЛОЖЕНИЕ ОБ УПРАВЛЕНИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ		

УТВЕРЖДАЮ
Ректор НГТУ, профессор
А.А. Батаев
«25» 10 2023 г.



ПРИНЯТО
на заседании ученого совета НГТУ
«25» 10 2023 г.,
протокол № 9

СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

**ПОЛОЖЕНИЕ
ОБ УПРАВЛЕНИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ**

СМК 7.2.3-01-2023

Экз. № 1

Новосибирск-2023

Система менеджмента качества.	СМК 7.2.3-01-2023
ПОЛОЖЕНИЕ ОБ УПРАВЛЕНИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ	стр. 2 из 10

Содержание

Используемые сокращения	3
Нормативно-правовая база.....	3
I. Общие положения.....	3
II. Организационная структура Управления информационной политики ...	4
III. Основные задачи и функции Управления информационной политики ...	5
IV. Полномочия и ответственность Управления информационной политики	7
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	9
ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ.....	10

Система менеджмента качества.	СМК 7.2.3-01-2023
ПОЛОЖЕНИЕ ОБ УПРАВЛЕНИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ	стр. 3 из 10

Используемые сокращения

НГТУ – федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Новосибирский государственный технический университет»;

СМИ – средства массовой информации;

СМ – социальные медиа.

Нормативно-правовая база

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

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

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

- Федеральный закон от 27.12.1991 г. № 2124-1 «О средствах массовой информации»;

- Распоряжение Правительства РФ от 30.05.2022 г. № 1362-р (ред. от 20.12.2022) «Об утверждении состава информации о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламе, подлежащей учету, хранению и обработке Роскомнадзором»;

- Постановление Правительства РФ от 25.05.2022 г. № 948 (ред. от 20.12.2022) «Об утверждении критериев отнесения рекламодателей, рекламораспространителей, операторов рекламных систем, разместивших в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" рекламу, направленную на привлечение внимания потребителей рекламы, находящихся на территории Российской Федерации, к лицам, обязанным предоставлять информацию или обеспечивать предоставление информации о такой рекламе в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций»;

- Устав федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Новосибирский государственный технический университет», утвержденный приказом Минобрнауки России от 20 декабря 2018 г. № 1207.

I. Общие положения

1.1. Управление информационной политики (далее – Управление) является структурным подразделением федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Новосибирский государственный технический университет».

1.2. Управление создается, реорганизуется и ликвидируется приказом ректора

Система менеджмента качества.	СМК 7.2.3-01-2023
ПОЛОЖЕНИЕ ОБ УПРАВЛЕНИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ	стр. 4 из 10

НГТУ.

- 1.3. Управление подчиняется непосредственно ректору НГТУ.
- 1.4. Управление возглавляется начальником, который назначается и освобождается от занимаемой должности приказом ректора НГТУ.
- 1.5. Во время отсутствия начальника Управления его обязанности выполняет сотрудник Управления, назначенный начальником Управления.
- 1.6. Управление организует и осуществляет свою деятельность в соответствии со следующими нормативными документами:
 - Уставом НГТУ;
 - действующим законодательством РФ;
 - локальными нормативными актами НГТУ;
 - правилами внутреннего трудового распорядка;
 - инструкциями университета в области охраны труда и противопожарной безопасности;
 - настоящим Положением.
- 1.7. Направления деятельности Управления определяются руководством университета.
- 1.8. Управление качеством выполнения работ в Управлении осуществляется в соответствии с документами системы менеджмента качества (СМК НГТУ), документированными процедурами СМК НГТУ и иными внутренними нормативными актами НГТУ.

II. Организационная структура Управления информационной политики

- 2.1. Структура и штатное расписание Управления информационной политики предлагаются начальником Управления исходя из объема работы, возлагаемой на Управление, и условий работы. Они согласовываются и утверждаются первым проректором НГТУ.
- 2.2. Начальник Управления несет ответственность за надлежащую организацию деятельности Управления.
- 2.3. В структуру Управления входят:
 - Медиациентр;
 - Музей;
 - Группа по связям с общественностью, маркетингу и рекламе (СОМиР).
- 2.4. Руководитель Медиациентра, руководитель Музея, руководитель группы по связям с общественностью, маркетингу и рекламе подчиняются начальнику Управления информационной политики.
- 2.5. Квалификационные требования к сотрудникам Управления определяются должностными инструкциями.

Система менеджмента качества.	СМК 7.2.3-01-2023
ПОЛОЖЕНИЕ ОБ УПРАВЛЕНИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ	стр. 5 из 10

III. Основные задачи и функции Управления информационной политики

- 3.1. Разработка предложений по формированию и реализации коммуникационной политики НГТУ (в сфере связей с общественностью, маркетинга, рекламы и связей со СМИ), организация и проведение мероприятий по укреплению позитивного имиджа НГТУ у целевых аудиторий университета на основе миссии и стратегической цели университета.
- 3.2. Разработка предложений по формированию и внедрению позитивного бренда университета, организация и проведение мероприятий по информированию об университете и конкурентных преимуществах НГТУ внешних и внутренних российских и зарубежных целевых аудиторий:
 - потенциальных потребителей образовательных и иных услуг,
 - профессионального сообщества,
 - представителей бизнеса, органов власти,
 - обучающихся всех категорий и уровней образования,
 - преподавателей и сотрудников университета.
- 3.3. Проведение социологических исследований с целью получения различных сведений о целевых аудиториях университета.
- 3.4. Взаимодействие с российскими и зарубежными рейтинговыми агентствами.
- 3.5. Разработка и реализация кампаний по связям с общественностью (PR-кампаний).
- 3.6. Выполнение представительских функций при взаимодействии со СМИ, с общественными и коммерческими организациями, а также физическими лицами, разъяснение действий и аспектов деятельности университета в информационном поле.
- 3.7. Развитие коммуникаций с различными целевыми аудиториями через СМИ, социальные медиа и иные каналы коммуникации:
 - взаимодействие со СМИ, журналистами и другими заинтересованными лицами, сопровождение их при посещении университета, подготовка пресс-релизов, создание информационных поводов об университете;
 - осуществление мониторинга СМИ;
 - информационное сопровождение, осуществление фото-, видеосъемки и оперативного освещения в новостной ленте сайта университета и в СМИ важнейших мероприятий, проводимых в университете;
 - пополнение и поддержка общеуниверситетского банка мультимедийных ресурсов;
 - ведение официальных сообществ НГТУ в социальных сетях и наполнение их актуальным контентом.
- 3.8. Поддержание принципа открытости информации и своевременного ее освещения при использовании социальных сетей для формирования и поддержания интереса у всех целевых аудиторий:

Система менеджмента качества.	СМК 7.2.3-01-2023
ПОЛОЖЕНИЕ ОБ УПРАВЛЕНИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ	стр. 6 из 10

- освещение деятельности вуза, факультетов, институтов, студенческих объединений и прочих подразделений, входящих в состав НГТУ;
- освещение деятельности сторонних организаций через публикации в официальных социальных сетях вуза, а также в социальных сетях, которые относятся к факультетам, институтам и прочим подразделениям НГТУ, с целью информирования о проведении мероприятий, конкурсов и других активностей (с возможностью регистрации, перехода по ссылке для получения подробной информации и прочее);
- освещение мероприятий в социальных сетях университета, которые организуются/проводятся факультетами, институтами, студенческими объединениями и прочими подразделениями, входящими в состав НГТУ, проводимых на базе НГТУ или сторонних площадках (с возможностью регистрации, перехода по ссылке для получения подробной информации и прочее);
- использование социальных сетей как платформы для коммуникации с целевой аудиторией через проведение опросов, прямых эфиров (трансляций), голосований, а также как формата поддержания коммуникации с аудиторией через комментарии, отправку персональных сообщений и др.;
- использование социальных сетей как платформы для хранения и трансляции фотографий и видеоматериала, созданного НГТУ либо сторонними организациями для НГТУ;
- использование инструмента «упоминание» (активные ссылки) в официальных социальных сетях на сторонние организации, которые способствуют или участвуют в реализации проектов/мероприятий либо оказывают помощь в развитии деятельности факультетов, институтов, студенческих объединений и прочих подразделений, входящих в состав НГТУ, на основе партнерского перекрестного информирования и организационной помощи в рамках договора о безвозмездном сотрудничестве (данные упоминания являются информационными, не имеющими целью извлечение прибыли);
- Управление информационной политики несет ответственность только за верифицированные группы/сообщества в социальных сетях¹. За деятельность неофициальных групп, содержащих в наименовании вариации аббревиатуры (НГТУ, НЭТИ, НГТУ НЭТИ, NETI, NSTU, NSTU NETI), а также полное наименование вуза на русском и английском языках, руководство университета ответственности не несет.

3.9. Поддержка официального сайта НГТУ и типовых сайтов факультетов в рамках ответственности Управления.

¹ Перечень официальных групп в социальных сетях:

https://vk.com/nstu_vk

https://t.me/nstu_net

<https://ok.ru/group/64281220874477>

Система менеджмента качества.	СМК 7.2.3-01-2023
ПОЛОЖЕНИЕ ОБ УПРАВЛЕНИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ	стр. 7 из 10

- 3.10. Выпуск общеуниверситетских печатных СМИ НГТУ и их электронных версий.
- 3.11. Разработка и реализация рекламных кампаний по продвижению образовательных услуг среди потенциальных обучающихся НГТУ:
 - подготовка и размещение рекламы НГТУ на внешних ресурсах;
 - подготовка внутренних рекламных материалов НГТУ;
 - контроль оформления рекламных материалов, выпускаемых структурными подразделениями НГТУ.
- 3.12. Обеспечение работы Музея в рамках коммуникационной стратегии вуза.
- 3.13. Оказание консультативной помощи структурным подразделениям НГТУ по вопросам реализации коммуникационной стратегии университета.
- 3.14. Развитие корпоративной культуры университета.
- 3.15. Осуществление дополнительных видов деятельности, связанных с предоставлением возможности обучающимся НГТУ прохождения на базе Управления учебной и производственной практик по образовательным программам, которые соответствуют профилю деятельности Управления.

IV. Полномочия и ответственность Управления информационной политики

- 4.1. Управление информационной политики в рамках решения поставленных перед ним задач имеет право:
 - взаимодействовать с подразделениями НГТУ и запрашивать необходимую информацию с целью реализации функций Управления;
 - осуществлять взаимодействие с целевыми аудиториями университета в рамках решения задач Управления;
 - использовать информационные ресурсы НГТУ для реализации деятельности Управления, размещать информацию об НГТУ на порталах, в центральных печатных СМИ и электронных зарегистрированных СМИ НГТУ;
 - участвовать в разработке структурными подразделениями НГТУ концепции проведения университетских мероприятий и проводить университетские мероприятия;
 - контролировать соблюдение требований к рекламным и иным информационным материалам для внешних целевых аудиторий, подготавливаемых подразделениями и структурами НГТУ;
 - осуществлять взаимодействие с внешними целевыми аудиториями, информационными площадками и партнерами через рекламные площадки и СМИ;
 - осуществлять координацию деятельности и совместную работу с региональным молодежным медиацентром НГТУ;
 - давать разъяснения, рекомендации по вопросам, входящим в компетен-

Система менеджмента качества.	СМК 7.2.3-01-2023
ПОЛОЖЕНИЕ ОБ УПРАВЛЕНИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ	стр. 8 из 10

цию Управления;

- осуществлять иные не противоречащие законодательству РФ действия, направленные на выполнение поставленных перед Управлением задач;
- присутствовать на совещаниях и мероприятиях НГТУ, касающихся деятельности Управления;
- контролировать соблюдение требований брендбука НГТУ структурными подразделениями НГТУ.

4.2. Управление информационной политики разрабатывает и представляет на утверждение Ученому совету НГТУ проекты следующих документов:

- нормативные документы, положения, регламентирующие деятельность факультетов, подразделений в сфере связей с общественностью, в области взаимодействия со СМИ, регламентирующие выпуск рекламных материалов НГТУ;
- программы и отчеты по проведению маркетинговых исследований;
- инструкции по использованию элементов бренда, по коммуникациям в социальных медиа;
- кодекс корпоративной культуры.

4.3. Управление информационной политики несет ответственность:

- за соблюдение требований документов, указанных в пункте 1.6 настоящего положения;
- за качество выполнения задач Управления (раздел 3);
- эффективное использование предоставленных в распоряжение Управления ресурсов.

4.4. В рамках выполнения должностных обязанностей работники Управления обязаны:

- добросовестно и надлежащим образом выполнять служебные обязанности в соответствии с должностными инструкциями;
- осуществлять сохранность вверенного имущества;
- соблюдать правила техники безопасности и пожарной безопасности;
- соблюдать правила внутреннего трудового распорядка;
- выполнять работы в соответствии с полномочиями и ответственностью, определенными документами СМК НГТУ.

