

**Правила размещения информационных материалов в разделах «новости»,
«объявления», «события» корпоративного сайта, а также в официальных
аккаунтах Пермского государственного гуманитарно-педагогического
университета
в социальных сетях**

1. Сайт (psru.ru) и официальные аккаунты в социальных сетях и мессенджерах (Вконтакте, Одноклассники, Телеграм) – информационные площадки университета, которые адресованы как внешним, так и внутренним целевым аудиториям. Их функция – привлечение внимания к вузу через публикацию актуальной информации, характеризующей ПГГПУ в качестве драйвера инновационного развития региона и страны, который:

а) обеспечивает квалифицированные педагогические кадры для системы образования;

б) разрабатывает и внедряет в свою деятельность и социально-экономическое пространство Пермского края передовые научно-исследовательские разработки в области гуманитарных и социальных наук;

в) продуцирует образовательные практики и воспитательные технологии, в т.ч. посредством кооперации с ведущими организациями в сфере образования, инновационными структурами, партнерами и стейкхолдерами.

2. Сотрудники, преподаватели, студенты, будучи частью сообщества университета, имеют право на размещение информации на указанных площадках, а именно: новостей, объявлений, анонсов мероприятий и событий.

3. По одному поводу размещается не более одного материала на одной из площадок, или разделе сайта (новости или объявления)¹.

4. На сайте информация может быть опубликована в разделах «новости» и «объявления», «события».

4.1. В разделе «новости» публикуется развернутая и подробная информация:

а) о готовящихся, либо прошедших событиях, организованных на базе университета структурными подразделениями, либо общественными

¹ На практике это означает, что анонс о конференции может быть опубликован в разделе «объявления» на сайте, а также на странице университета в ВК и ОК. Новость по итогу мероприятия может быть размещена в разделе «новости» сайта.

- объединениями вуза городского, регионального, российского и международного уровня, а также мероприятиях регионального и международного уровня – с участием представителей университета;
- б) о проектах и начинаниях университета, в том числе партнерских, общественных объединений вуза, которые соответствуют стратегическим и приоритетным направлениям развития университета;
 - в) интервью с руководителями, экспертами университета по актуальным тематикам;
 - г) о заключении договоров и соглашений, стороной которых выступает университет;
 - д) о поездках и визитах делегаций университета в другие регионы, страны;
 - е) о достижениях представителей университета, в т.ч. выпускниках, в рамках городских, региональных, российских и международных конкурсов и состязаний;
 - ж) об открытиях и научных, методических разработках представителей университета;
 - з) поздравления руководства университета, представителей органов государственной и муниципальной власти в связи с общенациональными праздниками, знаменательными датами, профессиональными достижениями коллектива университета, отдельных сотрудников и студентов.

4.2. В тексте для раздела «новости» должны представлены следующие элементы:

- а) Заголовок – передает основной смысл новости, в пределах 100 знаков с пробелами, содержит указание на субъект и действие, не содержит аббревиатур, сокращений, цитат, причастных и деепричастных оборотов, участков текста, написанного заглавными буквами;
- б) Вводный абзац (лид) – краткое и сжатое изложение всего текста, отвечает на вопросы: что? кто? где? когда?
- в) Основной текст – 3–4 абзаца, которые в подробностях раскрывают предлагаемый к публикации повод, включая целеполагание авторов (зачем? почему?). В каждом абзаце – 3–4 предложения. Стоит избегать длинных сложносочиненных и сложноподчиненных предложений. Допускается включение цитат лиц, причастных к событию / проекту / разработке. Общий объем основного текста должен быть не менее 1000 знаков с пробелами, но не более 4000 знаков.
- г) Заключительная часть – опциональный элемент, в котором может быть представлена дополнительная статистика, ссылка на грант, справочная информация, в т.ч. историческая, которая позволит читателю понять, как предлагаемый повод развивался в динамике на предыдущих этапах.
- д) примеры новостей:

[В университете прошел семинар для учителей информатики от Яндекс Учебника](#)

[Студенты Пермского педагогического создают игру для адаптации первокурсников в университете](#)

[Выпускница Пермского педагогического участвует в конкурсе «Учитель года России»](#)

4.3. В разделе «объявления» публикуется следующая информация:

- а) анонсы конференций, конкурсов, грантов;
- б) анонсы мероприятий факультетов, подразделений, общественных объединений университета;
- в) объявления о защите диссертаций;
- г) объявления ректората, подразделений университета;
- д) информация о программах дополнительного образования;
- е) информация о стажировках, программах академической мобильности, вакансиях;
- ж) некрологи сотрудников, ветеранов университета.

4.5. В тексте, направляемом в раздел «объявления», должны быть представлены следующие элементы:

- а) Заголовок – передает основной смысл объявления в пределах 100 знаков с пробелами, содержит субъект и действие.
- б) Основной текст – в пределах 1500 знаков с пробелами, включающий ответы на вопросы: что? кто? где? когда / какой временной интервал предусмотрен? Наличие контактов ответственных лиц, описание способов связи с ними – обязательно.

Примеры объявлений:

[Российский научный фонд объявил региональные конкурсы для фундаментальных и поисковых научных исследований](#)

[Университет отпразднует День знаний](#)

[Пермский педагогический объявляет дополнительный прием на бюджетные места](#)

4.6. В разделе «события» на главной странице в виде отдельных плашек публикуется информация об информационных поводах (мероприятиях, событиях, конкурсах и т.д.), который заявлен в одном из разделов – «новости», либо «события».

4.7. В сообществах университета в социальных сетях «Вконтакте» и «Одноклассники» в отредактированном виде размещается информация, предоставляемая для разделов «новости» и «объявления», а также экспертные комментарии представителей университета, партнерские материалы, фото и видео-контент.

4.8. В телеграм-канале университета публикуется информация про внутреннюю жизнь университета, истории студентов и преподавателей, основные тенденции в области педагогики, опросы и формы сбора обратной связи.

5. Размещение информации осуществляется в следующем порядке:

5.1. Для размещения информации на информационных площадках университета все материалы необходимо отправлять на электронную почту pr@pspu.ru, а также обязательным указанием контактов адресанта в тексте письма: ФИО, должности / учебного статуса, номера телефона.

5.2. Инициаторами размещения информации на информационных площадках университета выступают:

- руководство университета;
- представители учредителя;
- факультеты и подразделения;
- проектные команды;
- общественные объединения;
- группы сотрудников, студентов;
- партнеры университета.

5.3. Текстовую информацию необходимо отправлять вложенным файлом в форматах .doc, .docx. Сопутствующие материалы, – иллюстративные (фотографии, схемы, иллюстрации, баннеры), видео и т.д. также прикладываются к письму. Все текстовые материалы должны соответствовать форматам, описанным в п. 4.2, либо 4.4., в зависимости от характера повода.

5.4. Иллюстративные материалы – фотографии, графики, схемы, иллюстрации в формате .jpg, .jpeg, .png. принимаются отдельными файлами, которые прикладываются к письму.

5.4.1. Фотографии должны быть горизонтально ориентированными и четкими, композиция кадра – целостной, без обрезанных элементов, тематически соответствовать предлагаемому к публикации поводу. Разрешение файла – не ниже 2400x1600 px. В случае несоответствия фотографий указанным требованиям, сотрудники пресс-службы имеют право использовать материалы университетского фотоархива. Подробные рекомендации прописаны [здесь](#).

5.5. Видеоматериалы принимаются в виде ссылки на облако, на котором размещен файл. Рекомендуемые форматы файлов – .mp4, .mkv, .avi. Видео должно быть горизонтально ориентированным с разрешением не менее 1920x1080 px.

5.6. Дополнительные документационные материалы – положения, инструкции, программы и т.д. прилагаются отдельными файлами в формате .doc, .docx, .pdf.

5.7. За публикацию информационных материалов на информационных площадках вуза отвечает пресс-служба университета.

5.7.1. Сотрудники пресс-службы обрабатывают всю получаемую информацию в течение одного рабочего дня: определяют соответствие информационных материалов критериям для публикации, актуальную площадку для размещения, дату публикации, редактируют текст, запрашивают дополнительные сведения, материалы.

5.7.2. Для сохранения единого стиля публикаций, характерного для каждой отдельной информационной площадки, сотрудники пресс-службы оставляют за собой право внесения правок: орфографических, пунктуационных, стилистических, грамматических.

5.7.3. Сотрудники пресс-службы могут предложить авторам альтернативные площадки для публикации информационных материалов, к примеру, сообщество подразделения / факультета в социальных сетях.

5.7.4. В случае несогласия авторов с правками сотрудников пресс-службы, информационный материал отправляется на доработку авторам.

5.7.5. В случае несогласия авторов с выбором площадки, датой публикации, информационный материал может быть признан неподходящим к публикации.

6. Предоставляя информационные материалы для размещения на информационных площадках университета, отправитель соглашается с [Положением об обработке персональных данных](#).