

# ПОЛОЖЕНИЕ о Всероссийском конкурсе “Бренд колледжа”

## 1. Общие положения

1.1 Настоящее положение определяет цели, задачи, порядок и условия Конкурса “Бренд колледжа” (далее – конкурс).

1.2 Организаторами конкурса является ООО “Профобразование” и Общероссийская общественная организация «Союз директоров средних специальных учебных заведений России».

1.3 Информация о конкурсе размещается на официальных сайтах информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет») ООО “Профобразование” <https://profspo.ru/>, <https://konkurs.profspo.ru>, Общероссийской общественной организации «Союз директоров средних специальных учебных заведений России» <https://xn--g1anbdhc3q.xn--p1ai/> , 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

Целями и задачами Конкурса являются:

2.1. выявления наиболее успешных практик по внедрению и оформлению элементов ЭИОС на официальных сайтах учреждений среднего профессионального образования РФ в соответствии с требованиями Приказа Министерства просвещения РФ № 272 от 14.04.2023;

2.2. выявление наиболее эффективных практик медийной деятельности профессиональных образовательных организаций РФ, направленной на формирование, развитие и совершенствование успешного взаимодействия со своей целевой аудиторией в социальной сети «ВКонтакте» 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.

2.3. выявление наиболее успешных практик по созданию “успешного бренда колледжа” в средствах массовой информации регионального и федерального форматов;

2.4. повышение информационной культуры учреждений среднего профессионального образования Российской Федерации.

## 3. Участники конкурса

3.1 Участники конкурса – профессиональные образовательные организации Российской Федерации, имеющие официальные сайты организации в сети Интернет, а также

ведущие деятельность и взаимодействующие с обучающимися на площадке в социальной сети «ВКонтакте», посредством официальных страниц.

3.2 Иницирует участие образовательной организации в конкурсе сотрудников, отвечающий за ведение официального сайта организации и продвижение официальных страниц в социальных сетях.

#### 4. Порядок проведения конкурса

4.1 Образовательная организация может участвовать в конкурсе по основной номинации – «Бренд колледжа».

4.2 Конкурс состоит из трех периодов:

- 1) 15 мая – 10 августа 2024 года: сбор заявок;
- 2) 12 августа – 16 августа 2024 года: работа экспертной комиссии;
- 3) 16 августа - 19 августа 2024: подведение итогов конкурса;
- 3) август 2024 года (в рамках Форума союза директоров СПО): награждение победителей конкурса “Бренд колледжа”

4.3 Для участия в конкурсе необходимо до 10 августа 2024 года заполнить [онлайн - заявку](#) (лист самомониторинга п.5.2).

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

Председатель комиссии: Иванова Наталья Юрьевна, генеральный директор ГК IPR MEDIA, эксперт рабочей группы по разработке аккредитационных показателей в части ЭИОС;

Сопредседатель комиссии: Золотарева Наталия Михайловна, президент Общероссийской общественной организации «Союз директоров средних специальных учебных заведений России»;

Почетный член комиссии: Лохматов Евгений Александрович, руководитель по работе с партнерами ООО "БК", кандидат юридических наук;

Член комиссии: Кошелев Александр Анатольевич, кандидат социологических наук, доцент ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского»;

Член комиссии: Богатырева Елена Александровна, директор ООО «Профобразование».

#### 5. Критерии оценивания

5.1 Оценивание официальных сайтов, официальных страниц учреждений среднего профессионального образования РФ в социальной сети «ВКонтакте», а также публикациям в СМИ проводится за период работы май-июль 2024 года.

5.2 Критерии оценки:

| №  | Наименование критерия | Содержание показателей   | Кол-во баллов |
|--|-----------------------|--|---------------|
| <b>Официальный сайт учреждения среднего профессионального образования РФ</b> |                       |  |               |
|  |                       | 1.1.Наличие фирменного стиля в оформлении сайта  | 0-1           |
|  |                       | 1.2. На сайте представлена основная информация о деятельности образовательной организации и корректно настроено меню | 0-1           |

|  |  |  |   |
|--|--|--|---|
| 1.   | Внедрение и оформление элементов ЭИОС на официальном сайте         | 1.3. Наличие на сайте локального нормативного правового акта об ЭИОС   | 0-1   |
|  |  | 1.4. Наличие на сайте информации о доступе к цифровой (электронной) библиотеке   | 0-1   |
|  |  | 1.5. Наличие на сайте информации о доступе к электронным образовательным ресурсам и (или) профессиональным базам данных  | 0-1   |
|  |  | 1.6. Наличие на сайте информации/раздела об электронном журнале  | 0-1   |
|  |  | 1.7. Наличие информации/раздела на сайте о возможности взаимодействия педагогических работников с обучающимися (личные кабинеты обучающихся и преподавателей)                                      | 0-1   |
|  |  | 1.8. наличие информации/раздела на сайте доступа к электронному расписанию   | 0-1   |
|  |  | 1.9. наличие личного кабинета в ФГИС "Моя школа"   | 0-1   |
| <b>Официальная страница во «ВКонтакте»</b> |  |  |   |
| 2.   | Общее оформление   | 2.1 Присутствует основная информация об образовательной организации: название, контактные данные, краткая история основания, миниатюра, обложка, статус  | 0-1   |
|  |  | 2.2 Наличие фирменного стиля в оформлении обложки, миниатюры и разделов  | 0-1   |
|  |  | 2.3 В сообществе присутствует и корректно настроено меню, подключены и работают приложения   | 0-1   |
|  |  | 2.4 В сообществе присутствуют, ведутся и содержат релевантные данные разделы «Обсуждения», «Фотоальбомы», «Статьи», «Видеозаписи», «Аудиозаписи», «Мероприятия»                                    | 0-2   |
| 3.   | Разнообразие контента с учетом интересов потенциальных подписчиков | 3.1 Контент по содержанию публикаций направлен на вовлечение потенциальных подписчиков разных групп:<br>– обучающихся,<br>– абитуриентов,<br>– родителей (законных представителей),<br>– партнеров | 0-4   |
| 4.   | Регулярность и своевременность обновлений контента                 | 4.1. Количество публикаций в течение месяца  | Менее 10 – 0,5<br>10-15 – 1<br>16-29 – 2<br>30-40 – 3<br>Более 40 – 5 |

|    |  |   |   |
|----|--|---|---|
|    |  | 4.2. Публикации, содержащие информацию, привязанную ко времени (временному промежутку), размещаются своевременно  | 0-1   |
|    |  | 4.3. В сообществе нет длительных – более 3 дней – простоев в плане размещения контента  | 0-1   |
| 5. | Активность и вовлеченность подписчиков | 5.1. Открытость группы  | 0-1   |
|    |  | 5.2. Общее количество подписчиков от числа контингента образовательной организации (% подписчиков от контингента на 31.07.24 г.)  | 10 %-30 % – 0,5<br>31%-49% – 1<br>50%-70 % – 3<br>71%-100% – 4<br>Более 100 % – 5 |
|    |  | 5.3 Среднее число просмотров публикаций (рассчитывается для последних 10 записей месяца: сумма количества просмотров / общее кол-во подписчиков * 100%)   | 10 %-20 % – 0,5<br>21%- 50% – 1<br>51%-70 % – 2<br>70%-100% – 3                   |
|    |  | 5.4 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<br>0,1%-0,2% – 1<br>0,3%-0,5% – 2<br>Более 0,5% – 3                |
| 6. | Качество публикаций                    | 6.1. Процент собственного контента организации (рассчитывается от общего количества публикаций)   | 10 %-20 % – 0,5<br>21%-50% – 1<br>51%-70 % – 2<br>70%-100% – 3                    |
|    |  | 6.2 Качество текстового материала в сообществе:<br>– разделение текста на абзацы,<br>– грамотность (отсутствие орфографических, пунктуационных, грамматических, речевых и других ошибок),<br>– творческий подход и индивидуальный стиль в подаче материала,<br>– использование внутренних и внешних хештегов для публикаций | 0-4   |
|    |  | 6.3. Качество графических и фотоматериалов к публикациям:<br>– смысловое соответствие информации,<br>– оригинальность и творческий подход,<br>– качество фотографий   | 0-3   |
| 7. | Интерактивная коммуникация             | 7.1 В сообществе:<br>– созданы тематические беседы,<br>– проводятся прямые эфиры,<br>– проводятся опросы, голосования   | 0-3   |

|                                    |   |   |      |
|------------------------------------|---|---|------|
| 8.                                 | Образовательный и воспитательный потенциал площадки | 8.1 В сообществе присутствует информация, содействующая образовательному процессу обучающихся:<br>– объявления информационного характера,<br>– ссылки на образовательные ресурсы,<br>– правила, памятки, инструкции, статьи, связанные с образовательным процессом,<br>– видеоролики с полезными для студентов советами и рекомендациями,<br>– аудиозаписи и подкасты | 0-10 |
|                                    |   | 8.2 Создание условий для участия обучающихся в мероприятиях разного уровня:<br>– информирование о возможности участия в мероприятиях разного уровня,<br>– сопровождение участников  | 0-2  |
| 9.                                 | Открытость, доступность и культура коммуникации     | 9.1 Комментарии включены  | 0-1  |
|                                    |   | 9.2.Присутствуют активные ссылки на контакты администраторов сообщества   | 0-1  |
|                                    |   | 9.3 Поведение подписчиков, гостей и руководителей сообщества регламентировано составленными и размещенными правилами  | 0-1  |
|                                    |   | 9.4 В сообществе включена функция «Сообщения»   | 0-1  |
|                                    |   | 9.5 Руководители сообщества тактично общаются с подписчиками и гостями через комментарии: отвечают на вопросы, предлагают высказать мнение и др.  | 0-1  |
| 10                                 | Единство информационного пространства               | 10.1 В сообществе разными способами поддерживается тесная связь с официальным сайтом  | 0-1  |
|                                    |   | 10.2 В сообществе размещена информация о других информационных ресурсах образовательной организации   | 0-1  |
| <b>Бренд организации СПО в СМИ</b> |   |   |      |
| 11.                                | Создание положительного бренда колледжа             | 11.1 Количество упоминаний организации СПО в региональных СМИ в положительном контексте   | 0-1  |
|                                    |   | 11.2 Количество упоминаний организации СПО в федеральных СМИ в положительном контексте  | 0-10 |
| Максимальное количество баллов:    |   |   | 85   |

## **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 полученных онлайн-заявок и действующих официальных интернет-страниц в социальной сети “ВКонтакте”, сайтов участников конкурса, а также упоминание участников в региональных и федеральных СМИ в соответствии с критериями, указанными в разделе 5.2 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 РФ.

6.6 Рейтинговые листы и решение оформляются Протоколом экспертной комиссии.

6.7 Награждение победителей будет проходить в очно/заочной форме.