УКРАЇНА

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
(НУ «ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»)

Н А К А З

14 квітня 2022 р. Запоріжжя № 93

Про затвердження Положення про
офіційне представництво
Національного університету
«Запорізька політехніка» в соціальних медіа

Відповідно до Законів України «Про освіту», «Про вищу освіту», «Про доступ до публічної інформації» та згідно з рішенням ректорату Національного університету «Запорізька політехніка» (протокол від 14.04.2022 р. №12)

НАКАЗУЮ:

1. Затвердити та ввести в дію «Положення про офіційне представництво Національного університету «Запорізька політехніка» в соціальних медіа» (далі - Положення).
2. Деканам факультетів, завідувачам кафедр, керівникам структурних підрозділів НУ «Запорізька політехніка» керуватись розробленим та затвердженим Положенням (додаток 1).
3. Начальнику ЦІІТ ЗНП САВЧУКУ А. оприлюднити цей наказ у підрозділі офіційного сайту університету «Накази та розпорядження».

Додаток 1: на 13 арк. в 1 прим.

Ректор Віктор ГРЕШТА

Проректор з НПРтаГП
Вадим ШАЛОМЄЄВ
___ _____2022 р.

Проректор з НРтаМД
Валерій НАУМИК
___ _____2022 р.

В.о. проректора з НПРтаВС
Андрій ІВАНЧЕНКО
___ _____2022 р.

Головний бухгалтер
Оксана ЯКОВЕНКО
___ _____2022 р.

Голова профкому
Юрій ПЕТРУША
___ _____2022 р.

Начальник юрвідділу
Тетяна ПЕТРОВА
___ _____2022 р.

Додаток 1
до наказу від 14 квітня 2022 р.
№ 93

ПОЛОЖЕННЯ
про офіційне представництво Національного університету «Запорізька політехніка» в соціальних медіа

Запоріжжя
2022

Обговорено та схвалено на засіданні ректорату Національного університету «Запорізька політехніка» (протокол від 14 квітня 2022 р. № 12). Надано чинності наказом ректора від 14.04.2022 р. №93.

Положення про офіційне представництво Національного університету «Запорізька політехніка» в соціальних медіа - Запоріжжя: Навчальний відділ, Навчально-методичний відділ, Центр доуніверситетської підготовки НУ «Запорізька політехніка», 2022. – 11 арк.

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1 Положення про офіційне представництво Національного університету «Запорізька політехніка» (далі – НУ «Запорізька політехніка», Університет) в соціальних медіа (далі – Положення) регламентує створення та ведення офіційних сторінок Університету та його підрозділів у соціальних медіа.

1.2 Офіційне представництво НУ «Запорізька політехніка» та його підрозділів у соціальних медіа є інструментом створення, розвитку та безперебійного функціонування комунікаційних механізмів. Комплекс дій та активності на офіційних сторінках соціальних медіа спрямований на створення та підтримку в інформаційному просторі позитивного іміджу Університету як освітньо-наукового центру, а також на розширення можливостей ефективної взаємодії університету з цільовою аудиторією (абітурієнти, співробітники, студенти, роботодавці, органи влади та ін.).

1.3 Офіційні сторінки НУ «Запорізька політехніка»/кафедр/структурних підрозділів у соціальних медіа є відкритими та доступними для всіх користувачів.

1.4 Офіційні сторінки НУ «Запорізька політехніка»/кафедр/структурних підрозділів у соціальних медіа реєструються виключно через акаунти та повинні повністю відповідати вимогам, наведеним у Положенні.

1.5 За своєчасне інформаційне наповнення офіційних сторінок Університету в соціальних медіа відповідає уповноважена ректором особа.

За своєчасне інформаційне наповнення офіційних сторінок кафедр/структурних підрозділів у соціальних медіа відповідає адміністратор сторінки (відповідальний), який підпорядкований завідувачу кафедри/керівнику структурного підрозділу.

2. НОРМАТИВНА БАЗА

2.1 Закон України «Про освіту» від 05.09.2017 № 2145-VIII.

2.2 Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VIII.

2.3 Закон України «Про доступ до публічної інформації» від 13.01.2011 № 2939 VI.

2.4 Закон України «Про інформацію» від 01.01.2022 № 2657-XII.

2.5 Закон України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» від 25.04.2019 № 2704-VIII.

2.6 Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 № 270/96-ВР.

2.7 Закон України «Про авторське право та суміжні права» від 23.12.1993 № 3792- XII.

3. ВИМОГИ ЩОДО СТВОРЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ОФІЦІЙНИХ СТОРІНОК НУ «ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»/КАФЕДР/СТРУКТУРНИХ ПІДРОЗДІЛІВ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

3.1 НУ «Запорізька політехніка» має офіційне представництво в мережах Facebook, Instagram, клауд-меседжері Telegram та відеохостингу YouTube. У клауд-меседжері Telegram обов'язковим є представництво Університету та факультетів/навчально-наукових інститутів. На відеохостингу YouTube єдиним офіційним представництвом є канал Університету.

3.2 Створення вперше офіційних представництв кафедр/структурних підрозділів у цих мережах або в будь-яких інших соціальних медіа відбувається після інформування про це ректора університету та за його погодженням.

3.3 Інформацію про представництва кафедр/структурних підрозділів у цих мережах або в будь-яких інших соціальних медіа, які було створено до затвердження Положення, необхідно надати уповноваженій ректором особі.

3.4 **Facebook**

3.4.1 Присутність кафедр/структурних підрозділів у соціальній мережі Facebook відбувається через створення сторінки.

Публічна сторінка (бізнес-сторінка) – сторінка, створена з метою представлення інформації про компанію, бренд чи персону. Сторінка має розширену статистику та інструменти для просування.

3.4.2 За бажанням кафедри/структурного підрозділу допускається створення групи, однак такий вид представництва не вважатиметься офіційним, а посилання на нього не буде розміщено на сайті в розділі «Запорізька політехніка в соціальних медіа».

3.4.3 Інструкція щодо створення акаунта Додаток №1.

3.5 **Instagram**

3.5.1 Присутність кафедр/структурних підрозділів у соціальній мережі Instagram відбувається через створення акаунта.

3.5.2 Інструкція щодо створення акаунта Додаток №2.

3.6 **Telegram**

Обов'язковими до ведення в клауд-меседжері Telegram є канали факультетів/навчально-наукових інститутів, які сприятимуть комунікації зі студентством. Присутність інших структурних підрозділів погоджується ректором.

3.6.1 Присутність кафедр/структурних підрозділів у клауд-меседжері Telegram відбувається через створення каналу.

3.6.2 Інструкція щодо створення каналу Додаток №3.

4. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ

Для реалізації завдань, які покладені на офіційні сторінки Університету/кафедр/структурних підрозділів у соціальних медіа, адміністратор сторінки:

4.1 Має право отримувати інформацію для забезпечення актуальних публікацій у соціальних медіа.

4.2 Має право надавати керівництву пропозиції щодо вдосконалення своєї діяльності та підвищення показників результативності.

4.3 Зобов'язаний здійснювати систематичне наповнення сторінок у соціальних медіа.

5. ОСНОВНІ ЗАХОДИ ЩОДО ЗДІЙСНЕННЯ ПРЕДСТАВНИЦТВА НУ «ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА» В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

5.1 Інформаційне наповнення офіційних сторінок Університету/кафедр/структурних підрозділів у соціальних медіа визначається вимогами цільової аудиторії, до якої належать:

- вступники та особи, які бажають отримати додаткову освіту;
- здобувачі вищої освіти;

• працівники університету;

• аспіранти, докторанти;

• наукове співтовариство України та світу;

• представники бізнесу, керівники підприємств, інші стейкхолдери;

• засоби масової інформації (ЗМІ);

• інші цільові категорії.

5.1.2 Планування наповнення офіційної сторінки НУ «Запорізька політехніка» в соціальних медіа здійснюється уповноваженою ректором особою на підставі загальноуніверситетського плану роботи, календаря державних свят та визначних подій тощо.

5.1.3 Медіапланування щодо наповнення офіційних сторінок кафедр/структурних підрозділів здійснюється на засіданнях кафедр/за погодженням керівників структурних підрозділів.

5.1.4 Інформація, представлена на офіційних сторінках Університету/кафедр/структурних підрозділів, повинна відповідати загальноприйнятим нормам публікації матеріалів у громадських ЗМІ.

5.1.5 Забороняється розміщувати інформацію з обмеженим доступом.

5.1.6 Забороняється використання ненормативної лексики, посилання на ресурси або розміщення публікацій, що містять: заклики до повалення конституційного ладу, порушення територіальної цілісності України, вчинення терористичних актів, посягання на права і свободи людини; пропаганду війни, насильства, жорстокості; розпалювання міжетнічної, расової, релігійної ворожнечі.

5.2 Здійснення інформаційного наповнення офіційних сторінок Університету/кафедр/структурних підрозділів у соціальних медіа:

5.2.1 Відповідальність за достовірність, актуальність і коректність викладу інформації, представленої для розміщення в соціальних медіа, несе уповноважена ректором особа/завідувач кафедри/керівник структурного підрозділу.

5.2.2 Ведення офіційних сторінок у соціальних медіа здійснює відповідальна особа, призначена керівником.

5.2.3 Розміщення новин та анонсів здійснюється з посиланням на вебсайт Університету/кафедри/структурного підрозділу (за умови наявності цих публікацій).

5.3 Показники ефективності просування бренду НУ «Запорізька політехніка» в соціальних мережах:

5.3.1 Постійний приріст охоплення публікацій.

5.3.2 Позитивні відгуки та рекомендації сторінки.

5.3.3 Збільшення кількості звернень з боку цільової аудиторії щодо отримання освітніх та інших послуг.

5.4 Рекомендації щодо підвищення ефективності просування бренду НУ «Запорізька політехніка» в соціальних мережах:

5.4.1 Обов'язково ділитися дописами офіційної сторінки НУ «Запорізька політехніка» та приймальної комісії, що стосуються загальних питань діяльності університету та діяльності відповідних кафедр/структурних підрозділів;

5.4.2 Створювати не менше 8 інформативних постів щомісяця. Рекомендації щодо створення публікацій у соціальних медіа в Додатку №4.

5.4.3 Відповідальність за підвищення ефективності просування бренду несе уповноважена ректором особа/завідувач кафедри/ керівник структурного підрозділу.

Додаток №1

Інструкція щодо створення та ведення офіційної сторінки у Facebook

1. Створення офіційної сторінки у Facebook:

1.1. **Назва сторінки** – це назва факультету/навчально-наукового інституту/структурного підрозділу.
Наприклад:

Кафедра журналістики НУ «Запорізька політехніка»

1.2. У розділі **«Інформація»** обов'язково вказуємо, що сторінка є офіційним представництвом кафедри/факультету/структурного підрозділу. Рекомендовано також вказати коротку історичну довідку, номер телефону, електронну адресу. Бажано додати посилання на сторінку на сайті, а також посилання на інші соціальні медіа, у яких представлено кафедру/факультет/структурний підрозділ.

Наприклад:
Офіційна група Національного університету «Запорізька політехніка» у Facebook!
Долучайся в Telegram:
https://t.me/press_nuzp

Історія університету бере свій початок у 1900 році, коли у повітовому м. Олександрівську (з 1924 р. — Запоріжжя) було створено семикласне технічне училище, яке готувало фахівців середньої кваліфікації: техніків-механіків.
https://zp.edu.ua/istoriya-ta-suchasnist-universitetu
http://zp.edu.ua/
06176 42506
rector@zp.edu.ua
https://www.instagram.com/live_news_nuzp/

1.3. **Фото сторінки** – установлюємо логотип факультету/навчально-наукового інституту/структурного підрозділу.

1.4. **Обкладинка** –установлюємо фото, яке відображатиме діяльність кафедри/факультету/структурного підрозділу. Бажано використання стилетвірних елементів.

1.5. Назва адресного рядка повинна відповідати запису https://www.facebook.com/nuzp***

де *** – доменне ім'я кафедри/структурного підрозділу.

Наприклад:

https://www.facebook.com/nuzp.kafedra.ems

Додаток № 2

Інструкція щодо створення та ведення інстаграм-акаунта

1. Створення інстаграм-акаунта:
   1.1. **Ім'я** – назва факультету/навчально-наукового інституту/структурного підрозділу.
   Наприклад:
   Деканат ГФ НУ «Запорізька політехніка».
   1.2. **Опис акаунта**– указується слоган, повна назва підрозділу, посилання на основний офіційний акаунт (@nuzp.official), адреса у форматі «корпус-поверх-аудиторія».
   Наприклад:
   Офіційно
   Гуманітарний факультет
   НУ «Запорізька політехніка» – твоє перспективне майбутнє.
   Головний корпус, 2 поверх, аудиторія 273
   @nuzp.official
   1.3. **Сайт** – указуємо сторінку на сайті університету (наприклад: *https://zp.edu.ua/gumanitarniy-fakultet*)
   1.4. **Фото каналу** – установлюємо логотип факультету/навчально-наукового інституту/структурного підрозділу.
   1.5. За типом акаунт повинен бути публічним, а не приватним.
   1.6. **Посилання** містить назву факультету/навчально-наукового інституту/кафедри/структурного підрозділу та скорочення nuzp, що демонструє приналежність сторінки до університету.
   Наприклад: *@gf_nuzp*

Додаток № 3

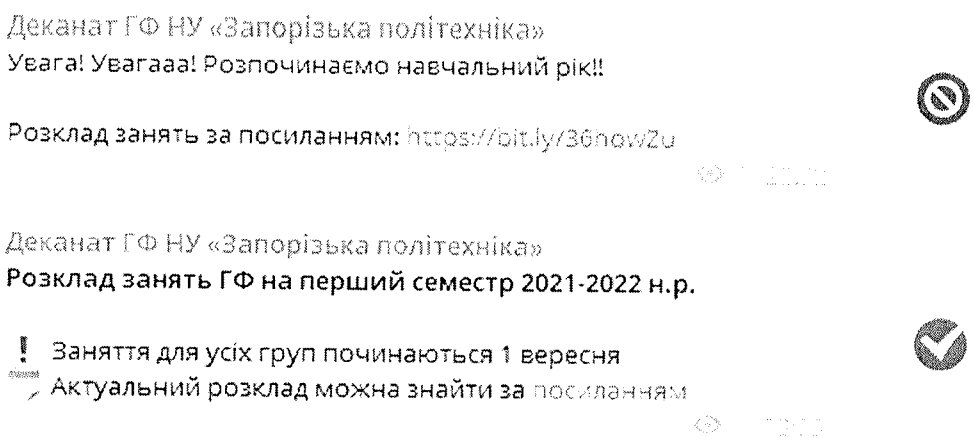
Інструкція щодо створення та ведення телеграм-каналу

1. Створення телеграм-каналу:
   1.1. **Назва каналу** – назва факультету/навчально-наукового інституту/структурного підрозділу (допустима кількість символів 128).
   Наприклад:
   Деканат ГФ НУ «Запорізька політехніка».
   1.2. **Опис каналу** – указується слоган, повна назва підрозділу, посилання на основний телеграм-канал та/або сторінку факультету/навчально-наукового інституту/структурного підрозділу на сайті університету, контактна особа, адреса у форматі «корпус-поверх-аудиторія».
   Наприклад:
   Офіційно
   Гуманітарний факультет
   Національний університет «Запорізька політехніка» – твоє перспективне майбутнє.
   Сторінка на сайті університету: https://zp.edu.ua/gumanitarniy-fakultet або посилання на основний телеграм-канал.
   Головний корпус, 2 поверх, аудиторія 273
   Для зв'язку: @esenya_ya
   1.3. **Фото каналу** – установлюємо логотип факультету/навчально-наукового інституту/структурного підрозділу.
   1.4. За типом канал повинен бути публічним, а не приватним.
   1.5. Посилання містить назву факультету/навчально-наукового інституту/кафедри/структурного підрозділу та скорочення nuzp, що демонструє приналежність сторінки до університету.
   Наприклад: *https://t.me/gf_nuzp*
2. Базові налаштування:
   2.1. Під час редагування каналу вимкнути функцію «Підписувати повідомлення».
   2.2. Необхідно ввімкнути три базові реакції: ThumbsUp, ThumbsDown, RedHeart

Додаток № 4

Рекомендації щодо створення публікацій у соціальних медіа

1. Загальні рекомендації:
   1.1. Пост повинен мати короткий, зрозумілий та конкретний заголовок. Виняток становлять короткі публікації-оголошення.
   1.2. Текст повинен мати короткі змістовні речення, пов'язані між собою.
   1.3. Публікація має містити одну ключову думку.
   1.4. Текст краще розбивати на короткі змістовні абзаци.
   1.5. Абзаци можна додатково візуалізувати за допомогою асоціативнихEmoji.
   1.6. Публікації варто супроводжувати зображеннями. Рекомендовано використовувати оригінальні матеріали, застосовувати стилетвірні елементи. Матеріали з інших джерел можуть використовуватися за умови дотримання законодавства щодо захисту інтелектуальної власності.
2. Рекомендації для створення публікацій в Instagram:
   2.1. Текст не повинен містити посилань – вони не активні, копіювати їх неможливо.
   2.2. Для ілюстрації рекомендовано використовувати зображення квадратної форми (наприклад: 1080x1080 пкс).
   2.3. Текст має бути коротким – до 2200 символів. Якщо неможливо його скоротити, доцільно прикріпити продовження в першому коментарі або в галереї фото.
3. Рекомендації для створення публікацій у Telegram:
   3.1. Використовуйте форматування тексту (курсив, моношрифт, підкреслення, жирне виділення).
   3.2. Використовуйте хештеги для рубрикації постів, наприклад: #стипендії.
   3.3. Оформлюючи заголовок, обирайте **жирне виділення**.
   3.4. Посилання, за можливості, маскуйте словом. Це можна зробити в меню форматування через натискання кнопки «Посилання». Виняток можуть становити короткі зрозумілі посилання, наприклад: https://zp.edu.ua/



4. Рекомендації щодо створення публікацій у **Facebook:**

4.1. Під час створення публікації намагайтеся не використовувати більше одного посилання, якщо ж необхідно залишити декілька посилань, за можливості, розташовуйте їх у порядку важливості.

4.2. Намагайтесь ілюструвати кожну публікацію в цій соціальній мережі.