

**ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ГОРОДА МОСКВЫ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ГОРОДА МОСКВЫ
«КОЛЛЕДЖ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
имени Героя Советского Союза М.Ф. Панова»
(ГБПОУ КСТ)**

УТВЕРЖДАЮ

Директор ГБПОУ КСТ

А.Н. Лунькин

« 04 » _____ 2020 г.

«Мотивированное мнение выборного органа первичной профсоюзной организации (протокол от _____ № 10) учтено»

«Мотивированное мнение выборного органа первичной профсоюзной организации (протокол от 29.05.2020 № 16) учтено»

ПОЛОЖЕНИЕ

об управлении репутацией ГБПОУ «Колледж современных технологий имени Героя Советского Союза М.Ф. Панова» в Интернете и социальных сетях через работу с отзывами и недостоверной информацией

1. Общие положения

1.1. Положение об управлении репутацией ГБПОУ «Колледж современных технологий имени Героя Советского Союза М.Ф. Панова» в Интернете и социальных сетях через работу с отзывами и недостоверной информацией (далее – Положение и Колледж соответственно) разработано в соответствии с законодательством Российской Федерации и Уставом Колледжа.

1.2. Настоящее положение устанавливает требования к организации работы с отзывами и комментариями, касающимися непосредственно Колледжа и его работников в Интернете и социальных сетях, и определяет порядок их рассмотрения, взаимодействия с площадками для коммуникаций с аудиторией и контроля репутации Колледжа через снижение уровня негатива отзывов и устранение недостоверной информации.

1.3. В положении используются следующие условные обозначения и термины:

Вх. № 17
От «04» 06 2020г.

- Имидж - совокупность представлений, сложившихся в общественном мнении о том, как должен вести себя человек/организация в соответствии со своим статусом.

- Бренд - ассоциация с товаром, продуктом или компанией, которая возникает у потребителя.

- Контент - информационное содержание сайта/ страницы социальной сети (тексты, графическая, звуковая информация и др.).

- Управление репутацией - ряд мер, которые направлены на создание положительного образа компании в глазах потенциальных клиентов/потребителей образовательных услуг. Сюда можно включить как непосредственную работу над этим образом, так и обработку негатива, уже имеющегося в сети Интернет.

1.4. Данное положение регламентирует работу с неофициальными источниками обращений граждан и агрегаторами информации об образовательных организациях:

- Zoon.ru
- Яндекс.Карты
- Учёба-отзыв.ру (ucheba-otziv.ru)
- Учёба.ру (<https://www.ucheba.ru/>)
- Карта Знаний.ру (www.kartaznaniy.ru)
- Obrmos.ru
- Obuchebe.ru
- Поступи Онлайн (<https://postupi.online/>)
- 2гис
- Рособразование.ру (<https://ros-obrazovanie.ru/>)
- moscow.flamp.ru
- Edunetwork (<https://college.edunetwork.ru/>)
- Eduinform (<http://edu-inform.ru/>)

и другими подобными порталами и агрегаторами с отзывами, комментариями и сводной информацией об учреждениях среднего профессионального образования.

1.5. Направления работы с отзывами и комментариями включают в себя:

1.5.1. Мониторинг упоминаний — отслеживание источников и характера упоминаний Колледжа с целью определения частоты и динамики упоминаний объекта, выявление популярных источников, анализ информационных поводов.

1.5.2. Работа с комментариями — реакция на отзывы, нейтрализация негатива, решение конфликтных ситуаций с целью вывода конфликта из информационного поля, подавление негативных всплесков.

1.5.3. Юридическое взаимодействие с авторами и площадками, которые распространяют негативный контент с целью удаления из сети откровенной клеветы, блокировка ресурсов, которые очерняют Колледж.

1.5.4. Управление репутацией в социальных сетях и тематических

сообществах с целью продвижения положительного контента и нейтрализация негатива.

1.6. Работа с отзывами и недостоверной информацией является объемной и разнонаправленной, в связи с чем необходимо разделить обязанности между несколькими подразделениями/должностными лицами:

1.6.1. Подразделение/должностное лицо, ответственное за мониторинг новых упоминаний о Колледже в Интернете, работу с комментариями и юридическое взаимодействие с площадками отзывов.

1.6.2. Подразделение/должностное лицо, ответственное за управление репутацией в социальных сетях.

1.6.3. Подразделение/должностное лицо, ответственное за контроль, изменение и устранение недостоверной информации о Колледже, не порочащей его репутацию, но вводящей в заблуждение аудиторию.

2. Мониторинг упоминаний и работа с отзывами и комментариями

2.1. Подразделение/должностное лицо, ответственное за мониторинг упоминаний и работу с отзывами и комментариями, обязано ежедневно проводить мониторинг новых упоминаний о Колледже в Интернете (включая площадки отзывов, СМИ и блоги), используя доступные технические средства (сервисы и приложения для отслеживания упоминаний бренда в Интернете) и действовать в зависимости от результата.

2.2. На положительные реакции стоит ответить благодарностью, в крайнем случае оставить без внимания.

2.3. Если публикация/отзыв содержит негатив, не являющийся клеветой или оскорблением, но сообщающий недовольство уровнем образовательных услуг, отношением преподавателей или работников и тому подобное, то подразделение/должностное лицо обязано в тот же день, когда был обнаружен отзыв, сообщить об этом заместителю директора, ответственному за направление, которое затрагивается в отзыве/публикации. Заместитель обязан дать ответ на вопрос в течение того же рабочего дня, чтобы ответственное подразделение/должностное лицо опубликовало его без промедлений.

2.4. Если публикация/отзыв содержит клевету или оскорбление Колледжа, его работников или обучающихся:

2.4.1. Подразделение/должностное лицо обязано в тот же день, когда отзыв был обнаружен, и сообщить об этом в техническую поддержку сайта, где размещен отзыв/публикация, с целью удаления и восстановления нарушенных прав.

2.4.2. Если площадка не предпринимает никаких действий, то подразделение/должностное обязано обратиться с тем же вопросом в техподдержку поисковой системы (Яндекс, Google).

2.4.3. Если вопрос невозможно решить самостоятельно в досудебном порядке, обращаясь в техническую поддержку сайтов и поисковых систем, то

