

**ПОЛОЖЕНИЕ**  
**об Управлении по связям с общественностью**  
**РГПУ им. А. И. Герцена**

**I. Общие положения**

1. Положение об Управлении по связям с общественностью федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена» (далее — Управление, Университет) определяет состав, основные задачи и функции Управления.
2. Управление является структурным подразделением Университета.
3. В своей деятельности Управление руководствуется законодательством Российской Федерации, Уставом Университета, приказами и распоряжениями ректора, проректоров, решениями Ученого совета Университета, локальными нормативными актами.
4. Структуру и штатное расписание Управления утверждает ректор Университета.
5. Управление возглавляет начальник Управления, который непосредственно подчиняется первому проректору.
6. Начальник Управления назначается на должность и освобождается от должности ректором Университета по представлению первого проректора.
7. В состав Управления входят:
  - пресс-служба;
  - информационный отдел;
  - отдел событий;
  - медиацентр;
  - телецентр.
8. Должностные обязанности работников Управления устанавливаются должностными инструкциями, утвержденными в установленном порядке.

**II. Основные задачи Управления**

Основными задачами Управления являются:

9. формирование и продвижение имиджа Университета в России и за рубежом как лидирующего вуза в сфере профессиональной подготовки педагогов, повышение престижа профессии школьного учителя и отрасли образования в целом;
10. информационное сопровождение деятельности Университета;
11. обеспечение взаимодействия Университета с общественными организациями, органами власти, партнерами, СМИ;
12. обеспечение деятельности Университета медиа продукцией имиджевого, информационного и иного характера;
13. координация проведения мероприятий и проектов Университета с целью соблюдения утвержденных корпоративных стандартов, регламентов и процедур;

14. создание условий для реализации обучающимися творческих способностей и развития навыков командной и /проектной деятельности на основе компетенций мультимедийной и коммуникативной направленности.

### **III. Функции Управления**

Основными функциями пресс-службы являются:

15. сбор, обобщение и анализ информации об Университете, отражающей его положение в медиасфере и общем информационном пространстве, ведение оперативного мониторинга СМИ;

16. обеспечение взаимодействия со средствами массовой информации, а также с ведомственными пресс-службами, включая создание и рассылку пресс-релизов, пост-релизов;

17. подготовка оперативных материалов, комментариев и статей для размещения на официальных Интернет-ресурсах вуза, а также для представления аудитории СМИ;

18. подбор спикеров из числа ведущих экспертов Университета и его руководства для выступления перед аудиторией СМИ;

19. ведение раздела «СМИ о нас» на официальном сайте Университета.

Основными функциями информационного отдела являются:

20. разработка и актуализация медиаплана Университета;

21. ведение разделов «Анонсы», «Новости» на официальном сайте Университета, участие в создании новых разделов сайта, общей его реконструкции и обновлении;

22. администрирование и продвижение официальных аккаунтов Университета в социальных сетях, в том числе с применением технологий SMM;

23. разработка презентаций и других информационных материалов, представляющих Университет в коммуникации с различными аудиториями, включая абитуриентов и их родителей;

24. создание и рассылка поздравлений партнерам Университета в связи с государственными праздниками и иными знаменательными событиями;

25. ведение рекламных кампаний по продвижению образовательных услуг Университета в медиа и на Интернет-ресурсах;

26. разработка дизайна и организация производства презентационных материалов для проведения имиджевых мероприятий Университета;

27. экспертный анализ и выработка рекомендаций по виду и представлению структурных подразделений на информационных ресурсах в интернет пространстве, верификация соответствия публикуемых, а также производимых подразделениями материалов общей информационной и корпоративной политике Университета, в том числе, брендбуку Университета.

Основными функциями отдела событий являются:

28. формирование и утверждение общеуниверситетского плана мероприятий, включая подготовку приказов для их организации, а также информирование Университета об их проведении;

29. организация значимых имиджевых событий, организационное и (или) консультационное сопровождение мероприятий (в части подготовки приказов, смет, технических заданий), проводимых на базе структурных подразделений Университета;

30. организация, координация и непосредственное участие Университета в выставочных мероприятиях профорientационной направленности, включая подготовку выставочного персонала, выпуск печатной продукции, а также планирование, заказ и приобретение выставочного оборудования и его обслуживание на экспозиционных мероприятиях;

31. обеспечение деятельности Университета корпоративной сувенирной продукцией, включая планирование расходов на ее приобретение и производство, а также согласование дизайна и затрат на производство структурными подразделениями при организации ими выпуска информационно-имиджевой продукции самостоятельно.

Основными функциями медиацентра являются:

32. издание в Университете ежемесячной газеты (до 12 полос формата А3) и ежеквартального журнала (до 84 полос формата А4);

33. видеосъемка и монтаж информационных видеосюжетов о событиях учебного, научного, культурного и спортивного характера, проводимых в Университете, с целью размещения на официальных Интернет ресурсах и в социальных сетях;

34. обеспечение проведения прямых трансляций университетских проектов в сети интернет;

35. производство видеолекций (планирование, съемка и монтаж) для обеспечения учебного процесса Университета;

36. организация на базе подразделения деятельности студенческих творческих объединений (включая студенческий пресс-центр);

37. разработка и реализация программ дополнительного образования в сфере видеопроизводства и медиакоммуникации, а также проведение медиатренингов;

38. изучение и внедрение передового опыта в организации работы медиацентров других вузов, установление с ними творческого и методического взаимодействия;

39. обеспечение работоспособности и сохранности видеопроизводящего оборудования, своевременная подготовка предложений по модернизации и закупке техники, необходимой для решения задач Управления.

Основными функциями телецентра являются:

40. разработка и реализация, в том числе с привлечением обучающихся, кино-, видео- и телевизионных проектов о деятельности структурных подразделений и творческих объединений Университета;

41. организация съемок, включая многокамерную в режиме ПТС (передвижной телевизионной станции) крупных имиджевых событий Университета на оборудовании подразделения и его сотрудниками, а также с привлечением внешних ресурсов и специалистов;

42. обеспечение взаимодействия Университета с руководством телевизионных каналов и кабельных сетей с целью размещения показа создаваемого контента;

43. подготовка заявок на гранты в сфере медиа производства, образования, молодежной и социальной политики;

44. разработка и реализация на базе подразделения практических курсов основных и дополнительных образовательных программ с использованием телевизионного оборудования.