

ГАПОУ Стерлитамакский колледж строительства и профессиональных технологий



Свердлову
Директор ГАПОУ СКСиПТ
И.М. Гумеров

Правила ведения социальных сетей
ГАПОУ Стерлитамакский колледж строительства
и профессиональных технологий

г. Стерлитамак

ПРАВИЛА ВЕДЕНИЯ ОФИЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ГАПОУ СТЕРЛИТАМАКСКИЙ КОЛЛЕДЖ СТРОИТЕЛЬСТВА И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Сообщества <https://ok.ru/group/45330321834103> (Одноклассники), <https://vk.com/ckstr> (ВКонтакте) и канал <https://web.telegram.org/z/#-1749322816> (Телеграмм) утверждены приказом директора как официальные страницы и каналы Государственного автономного профессионального образовательного учреждения Стерлитамакский колледж строительства и профессиональных технологий.

Подтверждение подлинности официальной страницы ВКонтакте обеспечено с использованием учетной записи Единой системы идентификации и аутентификации (получение метки организации, ЕСИА). Подключена информационная система Госпаблик.

Основные цели ведения сообществ и каналов:

- расширить сферу влияния администрацией колледжа на преподавателей, обучающихся и выпускников,
- изучить целевую аудиторию, оперативно информировать ее о будущих и проходящих мероприятиях,
- обеспечить обратную связь по любым направлениям деятельности (воспитательной, образовательной, дополнительного образования, профориентационной и т.д.).
- размещение информации о работе колледжа и новостей в области образования
 - публикация отчетов о проводимых мероприятиях,
 - использование сообщества для предоставления актуальных контактных данных, включая адрес электронной почты и номера телефонов и т.д.

Администрация сообщества включает в себя директора колледжа, заместителей директора и медиагруппу.

Состав и функции медиагруппы:

1. Работа с настройками меню, управление медиагруппой, текущие вопросы, объявления, работа с Госпаблик, мероприятия от преподавателей, общий контроль, Одноклассники, Телеграмм - Арасланова О.А- ответственное лицо за ведение социальных сетей;

2. Информационно-просветительские материалы по поручению Министерства РБ, вакантные места, трудоустройство, профориентация – Минибаева Л.У. ;заведующий отделом ДПО и маркетинга
3. КВН: работа , подготовка. участие – Куфаль А.М., преподаватель доп. образования;
4. Спортивные новости -Старцева Гульнара Рамилевна. руководитель физвоспитания
Студенческий Медиакружок:
5. Рубрика "Разговоры о важном" -Альбина Губайдуллина, гр. ИС -21
6. Ответственный за обложку сообщества и окошки меню- Кузнецов Сергей, ИС 23
7. Ответственный за ведение рубрики- газеты "Студенческие хроники" - Уразбахтина Элина, гр. ИСВ-12
8. Ответственный за рубрику "Памятные даты" - Хасанов Эдгар, СЖ-24

Состав медиакружка может пополняться при необходимости в соответствии с расширением функций и введением новых рубрик.

В процессе работы медиагруппа получает методическую информативную помощь на семинарах окружного медиацентра ПФО https://vk.com/media_pfo и Молодежного медиацентра при Минпрос РФ <https://vk.com/public217629043> .

Для регулирования вопросов, оперативности решения ситуация ответственным лицом за ведения социальных сетей в сообществе ВК создан чат медиагруппы.

Чтобы сообщество выполняло заданные цели и работало эффективно, необходимо придерживаться определенных правил.

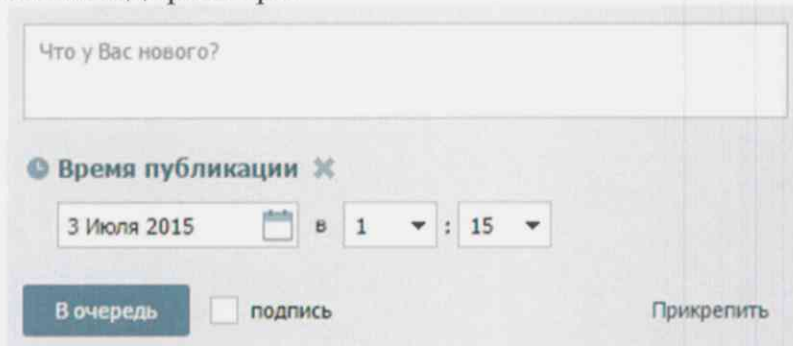
1. В случае необходимости публикации объявления лицом, не имеющим полномочия редактирования, необходимо обратиться к любому администратору сообщества.
2. Вкладки «Управление», «Товары» и «Меню» редактируется только Главным администратором группы во избежание сброса настроек.
3. Рекомендуются наполнять архивные альбомы фотографий и видео после мероприятий в самой группе, т.к. это требуется не только для обучающихся, но и абитуриентов (профориентация), которые просматривают перед поступлением в колледж группу, первые посты на стене, а также альбомы, не переходя по ссылкам.

ПРАВИЛА ВЫКЛАДЫВАНИЯ ПОСТОВ ДЛЯ МЕДИАГРУППЫ

1. Используйте таймер для оптимизации регулярности постов. Регулярность постов важна. Оптимальное количество постов для информационных пабликов – 10-20 в сутки. В целях недопущения переизбытка постов и рассеивания внимания участников группы рекомендуется публикация материалов через 30 минут. Однотипные

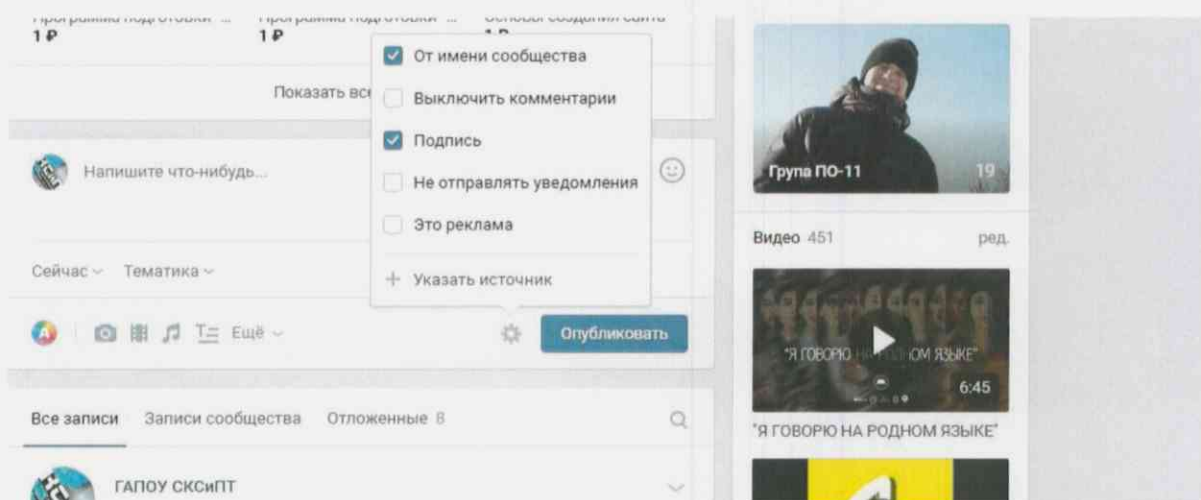
объявления, посвященные одному мероприятию, могут быть опубликованы сразу все. Не допускается одновременное перекрытие постов других участников администрации, необходимо выждать время или воспользоваться таймером. Чтобы не возвращаться в группу в другое время для публикации объявления, администратор может использовать таймер для последующих объявлений.

Исключение составляют самые срочные объявления директора и заместителей директора.



2. Группа <https://vk.com/ckstr> является официальной основной, поэтому рекомендуется создавать самые важные посты, касающиеся всего колледжа (объявления, публикации, видеоролики и т.д.) именно в этой группе. А затем уже делать перепосты на личные страницы участников администрации, группы других корпусов и т.д. Это делается для повышения эффективности публикаций, отслеживания обратной связи по количеству комментариев, просмотров и лайков.

3. При выкладывании постов необходимо воспользоваться параметрами настройки «От имени сообщества» и поставить «Подпись».



4. Используйте чаще горизонтальные фотографии. Фотографии с горизонтальным ориентированием лучше смотрятся как на десктопной, так и на мобильной версии (приложении). Такой пост выглядит аккуратным.



5. **Делайте дополнительный пропуск строки между абзацами.** В вк пользователи не любят читать много, поэтому им необходимо максимально облегчить задачу.

6. **Размер поста в идеале должен быть таким, чтобы пост “не сворачивался”.** Поэтому перед публикацией лучше отправить пост на таймер, чтобы увидеть как он будет выглядеть в ленте. Ориентировочный размер не более 600 символов с пробелами.

7. **Используйте двойное тире для того, чтобы получить длинное тире.** Оно смотрится эффектнее.

8. **Если цель поста – переход по ссылке, то поставьте перед ней характерный смайлик (стрелочку, например).** Это привлечет внимание. Разместите ссылку после заголовка и до описания. Не нужно “встраивать ссылку”, если у поста уже есть и фотография, это перегружает публикацию.

web-optimizer.com - блог о SEO
Как отслеживать заявки в плагине «Contact Form 7?»

<http://web-optimizer.com/kak-otslezhivat-zayavki-v-...>

27 227 786 скачиваний плагина «Contact Form 7» (на момент написания статьи) делает его одним из самых популярных инструментов создания форм на сайте с движком WordPress. Отслеживать заполнение форм в Яндекс.Метрике и Google.Analytics - основа интернет-маркетинга. Привожу простой способ это реализовать!

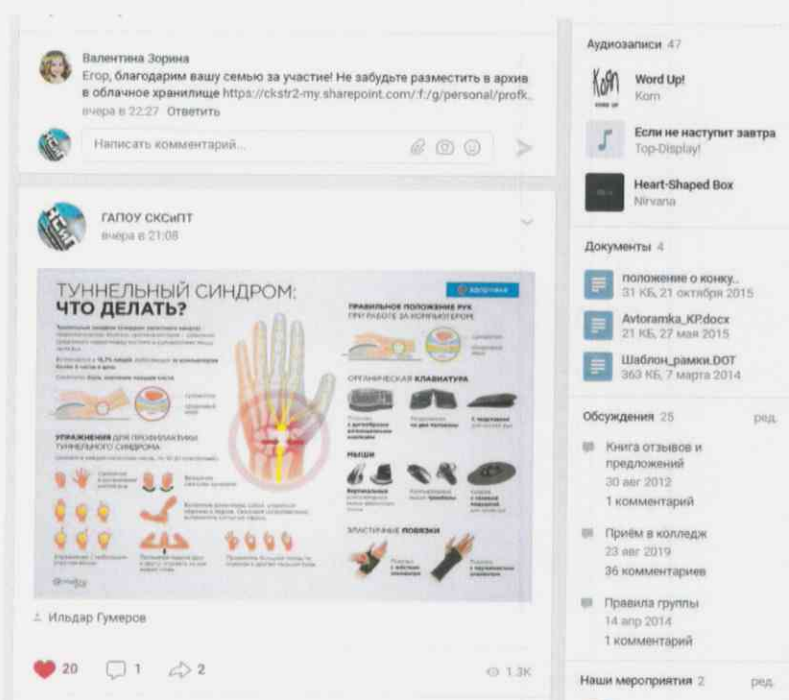
#seo #ruseo #wordpress #contactform7

В ленте в 17:38 | Комментировать

Поделиться | Мне нравится

9. **Используйте хеш-теги для группировки сообщений.** Хеш-теги могут использоваться и как выделение в тексте важных слов, т.к. на десктопной версии они подсвечиваются другим цветом. Лучше всего использовать именно хеш-теги для проведения флэш мобов по определенной тематике, т.к. таких фотографий личных может быть огромное количество. А на стене опубликовать самые значимые из них. Конкурс проводится по хеш-тегу, т.к. позволяет очень быстро найти необходимые публикации.

10. **Фотография должна цеплять взгляд пользователя.** Старайтесь подбирать что-то яркое и интересное. Если фотографий много, то обратите внимание на их группировку, от последовательности загрузки – расположение и масштаб фотографий может меняться, не бойтесь поэкспериментировать. Можно использовать фильтры, предлагаемые сайтом ВК.



11. **Посты без ссылок собирают больше лайков и репостов.** Пользователи в vk обычно не хотят никуда переходить, им нужна информация здесь и сейчас. Помните это. Но в случае необходимости желательно в посте иметь не более двух ссылок.

12. **Не стесняйтесь “заигрывать” с пользователями, особенно, если аудитория молодежная.** Призывы типа “Лайк, если за “Зенит”, хоть и выглядят часто тупо, но иногда с их помощью можно улучшить статистику “обратной связи”. Также хорошо использовать выражения «поставьте крестик» и т.д. для увеличения количества комментариев. Что улучшает статистику группы так же, как и лайки.

13. **Поиск vk** – лучший источник новых подписчиков. Именно оттуда “горячие” пользователи, готовые сразу стать членом сообщества. Поэтому

обратите внимание на название паблика – это одно из 3-4 факторов ранжирования в поиске. Остальные факторы – описание, численность группы, статистика группы. Название должно быть максимально коротким и характерным. В этом случае эффективно над КАЖДЫМ постом писать хеш тег «#сксипт». Тогда возможен переход в группу и из внешних ссылок заинтересованными пользователями сети.

14. **Хорошо приветствуются, привлекают внимание** всякие "громкие" заголовки статей. Например

"11 причин остаться сегодня дома"

"Это просто БОМБА! Самый крутой флешмоб"

"Классные и ужасные способы провести самоизоляцию"

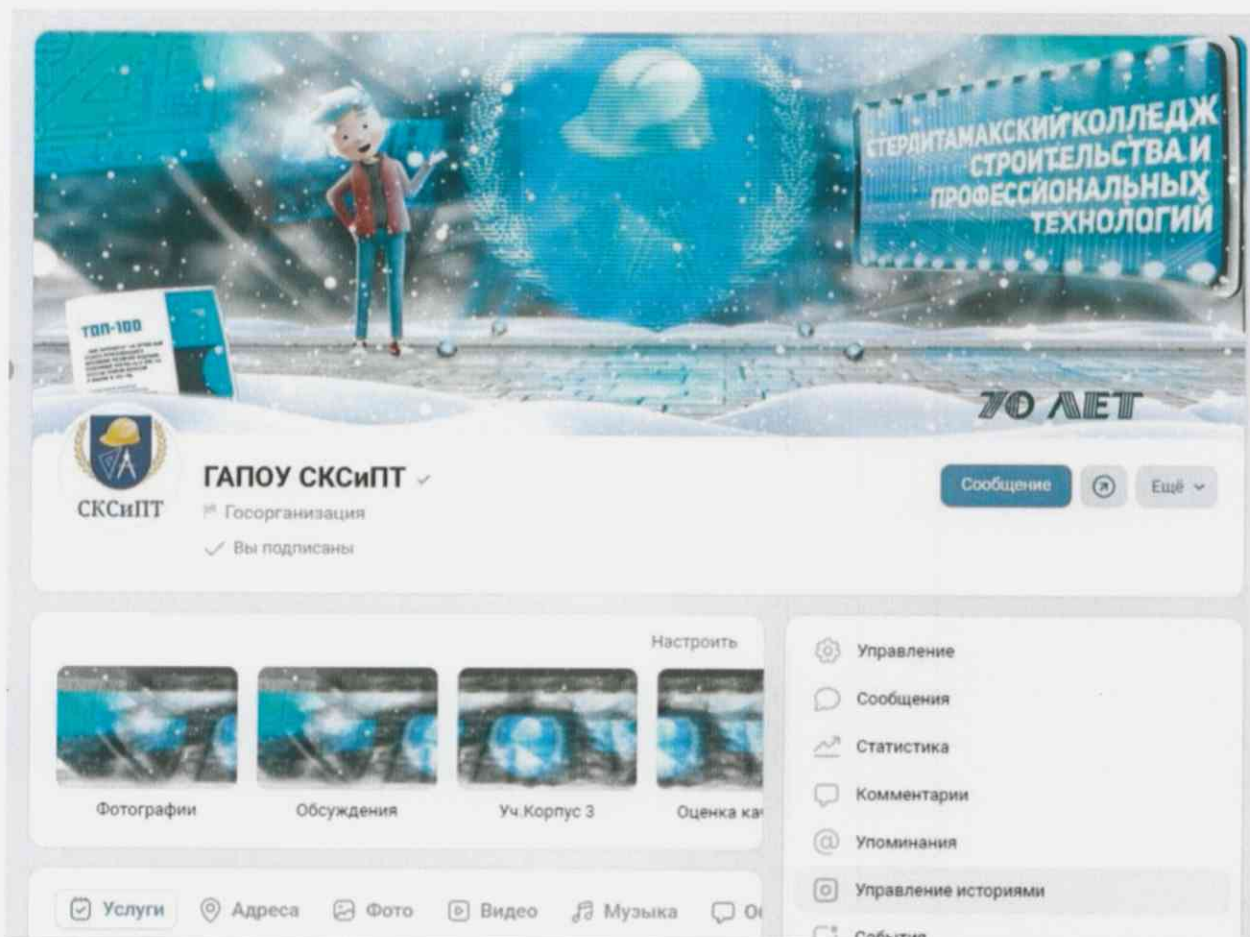
"7 забавных фактов о СКСиПТ"

"Как перестать быть валенком и начать учиться"

Подобные заголовки можно поискать в новостных пабликах типа mail.ru или YouTube.

15. **Сохранять индивидуальность и оригинальность** ведения паблика, стилевое оформление как в случае публикации текстовых материалов, так и фотографий. Т.к. это больше привлекает внимание. Айдентика (ее еще называют «фирменным» или «корпоративным стилем», «brand ID» или «corporate ID», кому как удобно) — это визуальная составляющая бренда, призванная повысить его узнаваемость и создать впечатление целостности. Айдентика включает в себя все, что относится к визуализации бренда, начиная от логотипа и заканчивая буквально каждой бумажкой, используемой предприятием.

Единый фирменный стиль вызывает у потребителей доверие и создает впечатление сильной и процветающей организации. Айдентика значительно сокращает количество времени и денег, которые впоследствии придется потратить на рекламу, так как уже составлен целостный визуальный стиль компании, не требующий изменений.



16. Периодически публикуйте фото развлекательного характера.

Постарайтесь дать аудитории повод для улыбки. Хорошо, если веселые фото будут связаны с тематикой группы

17. Публикуйте разнообразный контент. Не нужно заикливаться только на образовании. Не забывайте, что с нашим брендом также непосредственно связаны все сотрудники, наш город, республика, новости нашей сферы деятельности.

Вы можете публиковать:

- фотографии колледжа;
- фотографии сотрудников;
- фото-отчеты с мероприятий;
- ссылки на ваши статьи в блоге с привлекательными изображениями.

ПРАВИЛА ОБЩЕНИЯ В СООБЩЕСТВЕ ДЛЯ ВСЕХ УЧАСТНИКОВ

(опубликовано в сообществах)

В сообществе запрещены:

1. Использование нецензурной лексики. Мат или скрытый мат.
2. Оскорбления участников группы, администрации или самого проекта. Подстрекательство к ссоре, создание дискомфорта для других участников группы или администрации.
3. Флуд — сообщения, занимающие большие объемы и не несущие никакой полезной информации или не соответствующие теме, в которой были созданы.
4. Капс (сообщения, содержащие непрерывный текст, состоящий из **ЗАГЛАВНЫХ** букв). Сообщение из **ЧеРеДуЮщИхСя БуКв** (большинство людей это воспринимают как крик и раздражение).
5. Обсуждение работы модераторов, администраторов и группы.
6. Осуждение проектов.
7. Реклама во всех ее проявлениях, кроме разрешенных администрацией (бесплатно).
8. Нарушение действующего законодательства РФ (высказывания расистского характера, разжигание межнациональной розни и всего прочего, что попадает под действие УК РФ.)

За нарушение правил сообщества, администратор на своё усмотрение вправе дать бан на любое время.

ВНИМАНИЕ!

Администрация группы имеет право удалять и перемещать любые темы и сообщения, фото и видео материалы по своему усмотрению, особенно материалы, оскорбляющие других лиц.

Данные правила касаются всех участников данного сообщества.

Незнание Правил не освобождает от ответственности.

Контролем за соблюдением Правил занимаются администраторы группы.

Участник группы имеет право

1. Пользоваться ресурсами группы
2. Вносить предложения в Книгу жалоб и предложений при соблюдении предыдущих пунктов , а также использовать для этих целей вкладку-приложение «Отзыв»
3. Удалиться из группы по своему усмотрению при несогласии с правилами группы

Разработчик Арасланова О.А., главный администратор сообщества, ответственное лицо за ведение социальных сетей ГАПОУ СКСиПТ