



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

[Signature] В. А. Ковалёв

04

2013 г.

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования

«Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева»
(КузГТУ)

ПОЛОЖЕНИЕ

ОБ УПРАВЛЕНИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

КузГТУ Ип 27 – 01

АВТОР

Начальник УИП

[Signature] Н. В. Павельева

«22» апреля 2013 г.



Документ	КузГТУ Ип 27 – 01	стр. 1 из 11	Выпуск	1
Экземпляр			Дата	24.04.13

СОДЕРЖАНИЕ

№ раздела	Наименование раздела	страница
1	2	3
1	Общие положения	3
2	Цели и задачи	3
3	Структура	4
4	Функции	4
5	Взаимоотношения с другими структ. подразделениями	6
6	Права	7
7	Ответственность	7
8	Внесение изменений	8
9	Согласование	9
10	Рассылка	9
11	Глоссарий терминов	10

Документ	КузГТУ Ип 27 – 01	стр. 2 из 11	Выпуск	1
Экземпляр			Дата	

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Управление информационной политики (УИП) является самостоятельным структурным подразделением КузГТУ и подчиняется проректору по направлению.

1.2. Управление информационной политики возглавляет начальник УИП, который назначается на должность и освобождается от занимаемой должности приказом ректора КузГТУ по представлению проректора.

1.3. В своей деятельности управление информационной политики руководствуется действующим законодательством Российской Федерации, положениями, приказами и распоряжениями руководства КузГТУ, документами системы менеджмента качества (СМК); основами гражданского, административного, трудового, бюджетного законодательства; приоритетными направлениями развития образовательной системы РФ; текущей политикой руководства Университета в области информационно-имиджевой политики, приказами и распоряжениями руководства университета, настоящим положением.

1.4. Структура управления и штатная численность управления информационной политики утверждается ректором по представлению проректора.

1.5. Работа управления информационной политики регламентируется настоящим положением. Распределение обязанностей между работниками, производится начальником и регламентируется должностными инструкциями, которые закрепляют рациональное разделение труда, предусматривают равномерную нагрузку работников.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

2.1. Целью работы управления информационной политики является организация и обеспечение проведения эффективной информационной политики Университета, направленной на поддержание статуса и имиджа Кузбасского государственного технического университета как ведущего инженерного и технического вуза региона, страны; поднятие престижа инженерного образования, пропаганду научных инженерных и научно-педагогических школ Университета, его инновационной деятельности и научных достижений.

2.2. Основными задачами управления информационной политики являются:

- информационная поддержка образовательной, научно-технической и инновационной политики Университета;
- работа с целевой аудиторией для дальнейшего продвижения бренда Университета на рынке образовательных и научно-технических услуг;
- консолидация усилий всех структурных подразделений Университета при проведении единой информационной политики Университета;
- осуществление эффективного информационного сотрудничества со СМИ;
- популяризация достижений Университета на российских и международных выставках, симпозиумах и конференциях;
- выполнение представительских функций при взаимодействии со средствами массовой информации, общественными и коммерческими организациями, а также физическими лицами, разъяснение действий и аспектов деятельности университета, обратная связь;
- информационное сопровождение развития новых направлений и сфер деятельности университета;

Документ	КузГТУ Ип 27 – 01	стр. 3 из 11	Выпуск	2
Экземпляр			Дата	

- осуществление информационного сопровождения мероприятий, проводимых в КузГТУ (олимпиады, совещания, конференции, дни открытых дверей, концерты и др.);
- разработка, создание и распространение справочно-информационной и рекламной продукции Университета;
- формирование широкого круга партнеров университета среди авторитетных, известных и влиятельных политиков, ученых, деятелей искусств, культуры, образования, представителей средств массовой информации и т. д.;
- участие в создании фильмов и других видео- и фотопродуктов, связанных с формированием имиджа Университета, их распространение.

3. СТРУКТУРА

3.1. Непосредственным руководителем управления информационной политики является начальник, который принимается на должность и увольняется приказом ректора университета по представлению проректора.

3.2. На время отсутствия начальника УИП его обязанности исполняет заместитель начальника, который приобретает соответствующие права согласно приказу ректора и несет ответственность за ненадлежащее исполнение возложенных на него обязанностей.

3.3. Начальник управления информационной политики работает под непосредственным руководством проректора и несет ответственность за результаты работы УИП.

3.4. Начальнику управления информационной политики подчиняются заместитель начальника УИП, сотрудники управления.

3.5. Должностные обязанности работников управления информационной политики определяются соответствующими должностными инструкциями, утверждаемыми ректором КузГТУ.

4. ФУНКЦИИ

Основными функциями управления информационной политики являются создание системы продвижения имиджа Университета в региональных, федеральных и зарубежных СМИ, научной общественности и широкой аудитории; разработка внутреннего имиджа Университета для консолидации коллектива университета и эффективности корпоративной культуры; совершенствования информационных коммуникаций Университета с использованием современных средств телекоммуникаций, в частности:

4.1. разработка и реализация бренд-программы Университета;

4.2. осуществление сбора и обработки информации для подготовки информационных, методических, нормативных и иных материалов, создание баз данных в соответствии с основными задачами УИП;

4.3. обеспечение информационно - рекламной поддержки основных направлений деятельности и наиболее значимых событий и мероприятий Университета;

4.4. сбор, накопление, обработка и представление учебно-методической, научно-технической, коммерческой и социальной информации;

Документ	КузГТУ Ип 27 – 01	стр. 4 из 11	Выпуск	2
Экземпляр			Дата	

4.5. подготовка и распространение рекламно-информационных, справочных, презентационных материалов об учебной и научно-технической деятельности Университета;

4.6. организация работы фото- и телестудий, создание фото- и видеоархивов.

4.7. представление всей информации для преподавателей, работников, студентов и аспирантов Университета с целью успешной реализации внутренней информационной политики университета;

4.8. организация постоянного оперативного взаимодействия со структурными подразделениями университета для информирования общественности университета о текущих мероприятиях;

4.9. запрос и получение в установленном порядке от структурных подразделений Университета информации, необходимой для решения возложенных на УИП задач;

4.10. осуществление регулярного контроля над выпуском информационных материалов внутри Университета на бумажных, магнитных, оптических и других носителях;

4.11. проведение мониторингов, социологических и научных исследований с целью изучения и анализа общественного мнения;

4.12. в период особо концентрированного информирования абитуриентов (февраль-июль) донесение полной информации об Университете, Институтах, филиалах, подразделениях Университета и правилах приёма в Университет;

4.13. разработка и внесение на рассмотрение руководства Университета предложений по проектам локальных нормативных актов, касающихся сферы деятельности УИП;

4.14. разработка, осуществление и контроль организационных моментов, связанных с деятельностью Университета в целом, а также его руководства и приема гостей в частности;

4.15. подготовка, реализация и координация организационных моментов, связанных с проведением различных мероприятий на территории Университета;

4.16. координация деятельности подразделений Университета в области имиджа, информации, рекламы, связей с общественностью и организационных вопросов;

4.17. оказание помощи всем подразделениям вуза в осуществлении информационных, организационных, имиджевых мероприятий;

4.18. подготовка информационно-визуальной продукции о вузе для участия руководства Университета в мероприятиях различного уровня как внутри Университета, так и вне его, обеспечение информационной поддержки;

4.19. съемки и монтаж фильмов о структурных подразделениях Университета;

4.20. тиражирование печатной продукции, медиа ресурсов на различных носителях;

4.21. производство и выпуск ежемесячных новостных блоков, спецвыпусков к конкретным датам и мероприятиям;

4.22. организация IP – телевидения в Университете;

4.23. производство новостных и развёрнутых публицистических сюжетов/программ для городских телеканалов.

Документ	КузГТУ Ип 27 – 01	стр. 5 из 11	Выпуск	2
Экземпляр			Дата	

5. ВЗАИМООТНОШЕНИЯ С ДРУГИМИ СТРУКТУРНЫМИ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯМИ

5.1. УИП находится в постоянном оперативном взаимодействии со всеми структурными подразделениями Университета.

5.2. УИП представляет всю информацию для всех структурных подразделений Университета, для всех преподавателей, сотрудников, студентов и аспирантов вуза с целью успешной реализации внутренней информационной политики Университета и поддержания бренда Университета.

5.3. Основные взаимосвязи Управления с другими структурными подразделениями

№ п/п	Подразделение -поставщик документа / информации	Наименование вида документа, информации / процесса	Подразделение-клиент документа / информации	Результат
1	Руководство университета	Приказы, распоряжения, касающиеся деятельности УИП	УИП	Информирование, согласование, выполнение
2	Структурные подразделения университета	Договоры, заявки-заказы по мероприятиям, подготовка видеороликов, презентаций, буклетов, стендов	УИП	Согласование, выполнение
3	Общий отдел	Документооборот: копии приказов, распоряжений, документы на согласование и визирование, корреспонденция и пр.	УИП	Налаженный документооборот
4	Административно-хозяйственная часть	Снабжение материально-техническими средствами и обеспечение условий труда	УИП	Повышение производительности труда
5	Управление экономики и финансов	Информация о доходах и расходах УИП	УИП	Согласование, выполнение
6	Центр информационных технологий	Информационное и техническое обеспечение, обслуживание компьютерной техники	УИП	Повышение производительности труда
7	УИП	Годовые планы	Руководство Университета, структурные подразделения	Соответствие требованиям СМК
8	УИП	Нормативно-методическое сопровождение документации УИП	Университет, структурные подразделения Университета	Консалтинг и обучение

Документ	КузГТУ Ип 27 – 01	стр. 6 из 11	Выпуск	1
Экземпляр			Дата	

9	УИП	Проведение внутреннего аудита	Университет, структурные подразделения Университет	Выявление несоответствий, проведение корректирующих и предупреждающих мероприятий
10	УИП	Разработка методических материалов по направлениям УИП	Университет, структурные подразделения Университета	Публикация
11	УИП	Документы, подлежащие постоянному хранению	Архив	Акт передачи

6. ПРАВА

6.1. Участвовать в обсуждении и решении вопросов деятельности Университета.

6.2. Вносить на рассмотрение руководства предложения по улучшению деятельности УИП.

6.3. Запрашивать от руководителей подразделений и специалистов информацию и документы, необходимые для выполнения должностных обязанностей УИП.

6.4. Требовать от администрации Университета организационного и материально-технического обеспечения своей деятельности, а также оказания содействия в исполнении должностных обязанностей и прав.

6.5. Давать разъяснения, рекомендации и указания, входящие в компетенцию УИП.

6.6. Осуществлять взаимодействие с руководителями всех структурных подразделений Университета.

6.7. Обжаловать приказы и распоряжения администрации Университета в установленном законодательством порядке.

7. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

7.1. Ответственность за неисполнение или ненадлежащее выполнение функций, предусмотренных настоящим положением, несет начальник УИП.

7.2. Персональная ответственность начальника и работников УИП устанавливается действующим законодательством РФ и должностными инструкциями.

7.3. За причинение материального ущерба работники УИП несут ответственность в пределах, определенных действующим административным, уголовным, трудовым и гражданским законодательством РФ.

Документ	КузГТУ Ип 27 – 01	стр. 7 из 11	Выпуск	1
Экземпляр			Дата	

8. ВНЕСЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ

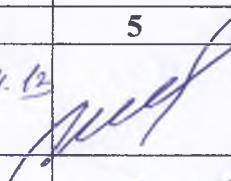
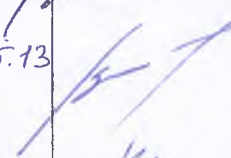
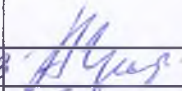

Внесение изменений в настоящее положение производится в соответствии с Инструкцией «Разработка, оформление, хранение, выдача, ревизия и архивирование документов СМК» КузГТУ Им 48 - 01.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ, ДОПОЛНЕНИЙ И РЕВИЗИЙ ДОКУМЕНТА

№ изменения	Дата внесения изменения, дополнения и проведения ревизии	Номера листов	Шифр документа	Краткое содержание изменения, отметка о ревизии	Ф.И.О., подпись
1	2	3	4	5	6
1	18.11.2017г.	1	Куз ГТУ Им 27-01	Исключенное из названия фраза слова "профессиональное"	Ковалева И.В. <i>[подпись]</i>

Документ	КузГТУ Им 27 - 01	стр. 8 из 11	Выпуск	1
Экземпляр			Дата	

9. СОГЛАСОВАНИЕ
ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Ф.И.О.	Подразделение	Должность	Дата	Подпись
1	2	3	4	5
И. А. Жигалова	Ректорат	Проректор по административной работе	22.04.13	
В. В. Задорожный	Ректорат	Заместитель ректора по финансам, налоговому и бухгалтерскому учёту	13.05.13	
А.А. Греф	ПУ	Начальник	16.05.13	
Д. Б. Шатько	ОСМК	Начальник	22.04.13	

10. РАССЫЛКА
ЛИСТ РАССЫЛКИ

№ п/п	Подразделение	Должность	Ф.И.О.	Кол. экз.
1	2	3	4	5
1	ОСМК	Начальник	Д. Б. Шатько	1
2	УИП	Начальник	Н. В. Павельева	1

Документ	КузГТУ Ип 27 – 01	стр. 9 из 11	Выпуск	1
Экземпляр			Дата	

11. ГЛОССАРИЙ ТЕРМИНОВ

Бренд (brand) – 1) название, термин, знак, символ или дизайн, а также их комбинации, которые предназначены для идентификации товаров или услуг одного продавца или группы продавцов и для отличия их от товаров или услуг конкурентов; 2) комплекс представлений потребителя о торговой марке, включающей в себя набор стереотипов, символов и эмоциональных ощущений.

Бренд-бук (band-book) – руководства по использованию бренда в различных коммуникациях, в нем прописываются визуальные концепции, относящиеся к марке, схемы компоновки принципы и правила разработки дизайн-макетов для рекламоносителей.

Брендинг (branding) – процесс создания и развития бренда и его идентичности.

Бренд-программа – руководство по реализации коммуникационной стратегии университета.

IPTV (англ. Internet Protocol Television) (IP-TV, IP-телевидение) - технология цифрового телевидения в сетях передачи данных по протоколу IP, новое поколение телевидения. В качестве клиентского оборудования могут выступать все компьютеры, специализированные ТВ приставки, медиа-плееры, телевизоры с технологией SMART TV, мобильные устройства. На программном уровне доступ к ресурсам IPTV может осуществляться, как при помощи специальных приложений (программ), так и при помощи обычного интернет браузера, встроенного в устройство. Доставка контента до клиентского оборудования осуществляется либо по управляемой IP-сети оператора связи без привязки в сетям операторов связи (OTT). Главным достоинством IPTV является интерактивность и возможность предоставления пользователям широкого набора дополнительных услуг, связанных с потреблением контента. Возможности протокола IP позволяют предоставлять не только видеослужбы, но и гораздо более широкий пакет услуг, в том числе интерактивных и интегрированных. Помимо базовых услуг, IPTV может включать ряд дополнительных сервисов на основе унификации и стандартизации различных оконечных устройств, интеграции звука, видео и данных на основе IP-протокола и предоставления услуг на единой технологической платформе.

Идентичность бренда (brand identity) – уникальный набор признаков, по которому данный бренд опознается потребителями. Признаки могут быть как формальными (атрибуты), так и содержательными (ассоциации, отношения, выгоды, обещания и т. п.)

Имидж (от англ. image ['imidʒ] — «образ», «изображение», «отражение») - искусственный образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании средствами массовой коммуникации и психологического воздействия. Имидж создается пиаром, пропагандой, рекламой с целью формирования в массовом сознании определённого отношения к объекту. Может сочетать как реальные свойства объекта, так и несуществующие, приписываемые.

Имидж бренда (brand image) – образ бренда, сложившийся в представлении его потребителей в результате восприятия фирменного стиля, рекламы, упаковки и других внешних проявлений.

Контент - (от английского content - содержание) – любое информационно значимое или содержательное наполнение информационного ресурса или веб-сайта. Контентом называются тексты, мультимедиа, графика, текстовое наполнение веб-сайта.

Логотип (logotype) – оригинальное начертание полного или сокращённого наименования организации или товара. Логотип является словесной частью товарного знака.

Документ	КузГТУ Ип 27 – 01	стр. 10 из 11	Выпуск	1
Экземпляр			Дата	

Мероприятия брендинга (brand actions) – программа мероприятий, проводимых с целью усиления рыночных позиций бренда.

Ребрендинг (rebranding) – полная модификация бренда, включающая как выбор новой позиции на рынке, так и новую идентичность бренда.

Документ	КузГТУ Ип 27 – 01	стр. 11 из 11	Выпуск	1
Экземпляр			Дата	