



1 Назначение и область применения

1.1 Настоящее Положение является документом системы менеджмента качества университета.

1.2 Настоящее Положение устанавливает структуру, основные задачи, функции, основные документы и взаимосвязи, а также права и ответственность управления информационной политики ФГБОУ ВПО «МГТУ».

1.3 Настоящее Положение соответствует требованиям стандарта ИСО 9001.

2 Нормативные документы, регламентирующие деятельность

Настоящее Положение разработано на основании следующих документов:

Приказ Минобрнауки РФ от 29.01.2015г. № 26 «Об утверждении положения о Департаменте информационной политики Министерства образования и науки Российской Федерации»

Принципы информационного взаимодействия в сфере образования и науки. Минобрнауки РФ, июль 2015г

Постановление Правительства Российской Федерации от 10 июля 2013 г. № 582 «Об утверждении Правил размещения на официальном сайте образовательной организации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обновления информации об образовательной организации» и на основании других нормативно-правовых актов и нормативно-методических документов к указанным правовым актам, действующих в системе Министерства образования и науки РФ

Закон Российской Федерации от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 «О средствах массовой информации»

Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и защите информации»

Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ «О персональных данных»

ИСО 9000:2005 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь

ИСО 9001:2008 Системы менеджмента качества. Требования

СМК-СМГТУ-29-11 Система менеджмента качества. Стандарт организации. Структура, содержание и изложение, правила оформления и обозначения документации системы менеджмента качества

СМК-ДП-4.2.3-01-14 Система менеджмента качества. Документированная процедура управления. Управление документами



СМК-МИ-29.02-14 Система менеджмента качества. Методическая инструкция. Общие требования к построению, содержанию, оформлению и управлению Положением о структурном подразделении

Примечания

- 1 Если ссылочный документ заменен (отменен), то при пользовании настоящим документом, следует руководствоваться замененным (измененным) документом.
- 2 Если ссылочный документ отменен без замены, то положение, в котором дана ссылка на него, применяется в части, не затрагивающей эту ссылку.

3 Термины, определения и сокращения

В настоящем Положении применены следующие термины с соответствующими определениями:

бренд – торговый знак (торговая марка), имеющий высокую репутацию у потребителей;

бренд-бук – официальный документ, содержащий концепцию и атрибуты бренда, руководство по фирменному стилю, позиционирование и другие данные для построения маркетинговой кампании и развития организации;

веб-ресурс (веб-сайт) – это страница или набор страниц, размещенных в сети Интернет, которые могут включать как текстовую и графическую информацию, так и мультимедиа-компоненты (видео, музыку и т.д.);

имидж – искусственный образ, создаваемый с целью формирования в массовом сознании определённого отношения к объекту;

информация – сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления, освещающие о положении дел, о состоянии чего-нибудь;

информационная политика – совокупность приоритетов, правил и процедур, на которых основывается информационная деятельность по отношению к пользователям информации;

концепция – определённый способ трактовки, понимания каких-либо явлений и руководящая идея для их освещения;

корпоративные коммуникации – система управления внутренними и внешними потоками информации, нацеленными на создание благоприятного мнения об организации у партнёров;

организационная структура – распределение ответственности, полномочий и взаимоотношений между работниками;

поисковая система – это компьютерная система, предназначенная для поиска информации;



политика в области качества – общие намерения и направления деятельности организации в области качества, официально сформулированные высшим руководством;

пользователь (потребитель) информации – субъект, обращающийся к информационной системе или посреднику за получением необходимой ему информации и пользующийся ею;

репутация – создавшееся общее мнение о достоинствах и недостатках кого или чего-нибудь;

социальная сеть – это онлайн сервис или же веб-сайт, предназначенный для создания, организации всестороннего общения между реальными людьми в интернете;

фирменный стиль – подробное описание использования каждого фирменного элемента на различных носителях, как рекламных, так и корпоративных;

целевая аудитория (см. пользователь информации). К целевой аудитории относятся школьники, родители, студенты, чиновники, работодатели, эксперты, научные фонды, бизнесмены, выпускники, сотрудники, а также другие категории, заинтересованные в информации об университете.

В настоящем Положении использованы следующие сокращения:

Интернет – информационно-телекоммуникационная сеть «Интернет»;

МГТУ – Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»;

Минобрнауки РФ – Министерство образования и науки Российской Федерации;

Первый проректор-проректор по НиИР – первый проректор – проректор по научной и инновационной работе;

УИП – Управление информационной политики.

4 Общие положения

4.1 В своей деятельности управление информационной политики руководствуется действующей нормативной правовой и нормативно-технической документацией, внутренними документами университета, приказами ректора и первого проректора-проректора по НиИР, Политикой руководства университета и Целями подразделения в области качества, должностными инструкциями работников управления информационной политики, планом деятельности вуза по информационной политике, планами деятельности подразделения и настоящим Положением.

4.2 Руководство управлением информационной политики осуществляет начальник, назначаемый и освобождаемый от должности приказом ректора.



4.3 На должность руководителя управления информационной политики назначается лицо, имеющее высшее профессиональное образование и дополнительное профессиональное образование в области государственного и муниципального управления, менеджмента и экономики и стаж работы не менее 3 лет. В период отсутствия начальника управления информационной политики его функции выполняет сотрудник, назначаемый ректором.

4.4 Реорганизация и ликвидация управления информационной политики осуществляется приказом ректора МГТУ.

4.5 Подразделение непосредственно подчиняется ректору.

4.6 Структура управления информационной политики представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Структура управления информационной политики

4.7 Кадровый состав управления информационной политики, деятельность которого регламентируется соответствующими должностными инструкциями:

- начальник управления информационной политики, СМК-ДИ-109-15;
- гл. редактор газеты «Денница», СМК-ДИ-115-15;



- ответственный секретарь, СМК-ДИ-209-15;
- редактор 2к., СМК-ДИ-210-15;
- фотокорреспондент, СМК-ДИ-212-15;
- заведующий медиацентром, СМК-ДИ-66-15;
- инженер видеомонтажа, СМК-ДИ-29-15;
- оператор видеосъемки, СМК-ДИ-72-15;
- редактор, СМК-ДИ-110-15;
- заведующий фотолабораторией, СМК-ДИ-77-15;
- инженер-лаборант, СМК-ДИ-67-15;
- старший лаборант, СМК-ДИ-76-15;
- SMM-специалист, СМК-ДИ-111-15;
- SEO-специалист, СМК-ДИ-112-15;
- руководитель дизайн-группы, СМК-ДИ-118-15;
- дизайнер, СМК-ДИ-119-15;
- заведующий лабораторией социсследований, СМК-ДИ-124-14;
- социолог, СМК-ДИ-125-14.

4.8 Управление информационной политики обязано выполнять все возложенные на него настоящим Положением задачи и функции.

5 Основные задачи

Управление информационной политики, являясь структурным подразделением МГТУ, в своей деятельности реализует следующие цели и задачи:

5.1 Основные цели УИП:

- информирование целевой аудитории о деятельности МГТУ в образовательной, научно-инновационной, международной, воспитательной и социальной деятельности в интересах обеспечения его устойчивой положительной репутации;
- приведение раскрываемой информации в соответствии с Миссией, целями и задачами МГТУ.

5.2 Основными задачами УИП является:

- формирование целевого имиджа и продвижение бренда университета, а также его структурных подразделений и проектов в России и за рубежом;



– предоставление и распространение достоверной информации о деятельности университета в соответствии с корпоративными интересами вуза и информационной политики Минобрнауки РФ;

– управление корпоративными коммуникациями университета;

– информационное и организационное обеспечение взаимодействия руководства университета с потребителями информации об МГТУ;

– информационное сопровождение официальных мероприятий МГТУ;

– внесение предложений руководству университета по совершенствованию информационной политики вуза.

5.3 Основные задачи УИП по структурным подразделениям:

5.3.1 Газеты «Денница» отражены в Положении СМК-ПСП-07-15. О редакции газеты;

5.3.2 Медиациентра отражены в Положении СМК-ПСП-31-15. Медиациентр;

5.3.3 Лаборатории социологических исследований отражены в Положении СМК-ПСП-52-14. Лаборатория социологических исследований;

5.3.4 Фотолаборатории:

– фото-информационное обеспечение деятельности университета;

– осуществление информационно-консультационной поддержки сотрудников и студентов университета в области фотодела.

5.3.5 Группы интернет-коммуникаций и продвижения:

– формирование и продвижение имиджа МГТУ, а также его структурных подразделений в России и за рубежом посредством организации и поддержания интернет-коммуникаций;

– формирование и реализация единой концепции интернет присутствия МГТУ с целью содействия укрепления его статуса как университета мирового уровня в рамках российского и международного научно-образовательного пространства;

– информационное сопровождение, наполнение и продвижение сайта МГТУ.

5.3.6 Дизайн-группы:

– участие в организации рекламного сопровождения деятельности университета;

– информационно-консультационное сопровождение сотрудников университета в выполнении мероприятий по реализации единой концепции продвижения университета;

– отслеживание соблюдения фирменного стиля университета.



6 Функции

6.1 В соответствии с основными целями и задачами структурные подразделения УИП осуществляют следующие функции:

6.1.1 Газета «Денница» в соответствии с Положением СМК-ПСП-07-15. О редакции газеты;

6.1.2 Медиацентр в соответствии с Положением СМК-ПСП-31-15. Медиацентр;

6.1.3 Лаборатория социологических исследований в соответствии с Положением СМК-ПСП-52-14. Лаборатория социологических исследований;

6.1.4 Фотолаборатория:

– фотосопровождение официальных мероприятий университета согласно плану, утвержденному руководством вуза;

– обработка фотоинформации и предоставление фотоматериала по запросу руководства университета;

– обеспечение фотоматериалом дизайн-группы при подготовке справочной рекламной продукции;

– предоставление фотоматериала для размещения в интернете;

– обновление технической базы, внедрение современных методов в обработке фотографий;

– разработка и совершенствование новых фототехнологий;

– создание и пополнение фотоархива, а также организация и ведение фотолетописи по важным мероприятиям МГТУ;

– консультация фотолюбителей университета.

6.1.5 Группа интернет-коммуникаций и продвижения:

– проведение мероприятий по повышению рейтинга веб-ресурсов МГТУ в сети интернет для поисковых систем по намеченным запросам;

– составление отчетов по позициям, рейтингу и посетителям сайта МГТУ;

– продвижение вуза в рейтинге Webometrics;

– распространение актуальной информации о деятельности университета посредством социальных сетей;

– управление репутацией университета посредством сбора обратной связи от целевой аудитории в социальных сетях.

6.1.6 Дизайн-группа:

– разработка предпечатных макетов полиграфической продукции информационного, сувенирно-рекламного и представительского характера (рекламных листовок, приглашений, визиток,



календарей, баннеров и тд.) с соблюдением единого фирменного стиля для комплексных рекламных кампаний и разовых рекламных заказов МГТУ и его структурных подразделений;

– разработка концепции и структуры официальных сайтов МГТУ, а также сопровождение при формировании информационной ленты печатных, видеонОВОСТЕЙ и фотогалерей сайта с соблюдением единого корпоративного стиля;

– разработка единой концепции промороликов об университете, а также его структурных подразделений в образовательной, научной, международной, воспитательной и социальной деятельности.

6.2 Участие в реализации Политики руководства университета в области качества; разработка Целей УИП в области качества.

6.3 Участие в разработке и внедрении документации СМК (в соответствии с компетенцией подразделения); предоставление данных для анализа СМК со стороны руководства (в соответствии с компетенцией подразделения); разработка корректирующих и предупреждающих действий (в соответствии с компетенцией подразделения).

6.4 Планирование улучшения качества (в соответствии с компетенцией подразделения).

В ходе деятельности УИП также может:

– запрашивать и получать от структурных подразделений вуза документацию и информацию, необходимую для выполнения своих функций;

– принимать участие в различных совещаниях по вопросам, связанным с работой УИП;

– осуществлять контроль по реализации планов информационной политики подразделений вуза;

6.5 МГТУ в лице УИП гарантирует соблюдение безопасности конфиденциальной информации и ненарушение авторских прав при осуществлении своей деятельности.

7 Ответственность сотрудников

7.1 Начальник и сотрудники УИП несут персональную ответственность за качество и своевременность выполнения задач и функций, возложенных на подразделение, в том числе:

– правильность документов, подготавливаемых подразделением;

– правильность применения и соблюдения требований документации СМК (пять уровней), входящих в компетенцию подразделения;

– организацию труда, соблюдение сотрудниками трудовой дисциплины, норм охраны труда, техники безопасности и противопожарной безопасности, правил внутреннего распорядка;

– выполнение приказов и указаний руководства университета;



– создание нормального психологического климата в подразделении.

7.2 Права, обязанности и ответственность сотрудников УИП устанавливаются должностными инструкциями (СМК-ДИ-109-15, СМК-ДИ-115-15, СМК-ДИ-209-15, СМК-ДИ-210-15, СМК-ДИ-212-15, СМК-ДИ-66-15, СМК-ДИ-29-15, СМК-ДИ-72-15, СМК-ДИ-110-15, СМК-ДИ-77-15, СМК-ДИ-67-15, СМК-ДИ-76-15, СМК-ДИ-111-15, СМК-ДИ-112-15, СМК-ДИ-118-15, СМК-ДИ-119-15, СМК-ДИ-124-14, СМК-ДИ-125-14) на основании данного Положения.

8 Взаимодействие

8.1 Взаимодействие УИП с пресс-службой и студенческим пресс-центром в целях формирования единой информационной политики и эффективного информационного освещения о деятельности МГТУ.

8.2 Подразделения университета представляют информацию УИП по его требованиям, исходя из перечня задач и функций УИП.

8.3 УИП по требованию других подразделений подготавливает информацию в пределах своей компетенции и в рамках прав требователей.

8.4 Иное взаимодействие УИП с другими подразделениями осуществляется на основе планов работ или других материалов МГТУ в интересах его динамичного развития.

8.5 С другими структурными подразделениями университета УИП:

- находится в информационно-рекомендательных взаимоотношениях;
- совместно осуществляет анализ, обобщение и распространение информации о деятельности университета и его структурных подразделений;
- совместно производит разработку и проведение рекламных кампаний, продвижение и распространение информационно-рекламных материалов по направлениям деятельности университета.

8.6 С внешними организациями взаимодействие осуществляется, исходя из перечня задач и функций УИП по согласованию с ректором МГТУ.

8.7 Проведение проверки деятельности УИП осуществляет ректор и первый проректор – проректор по НиИР.

СМК-ПСП-21-15 Система менеджмента качества. Положение о структурном подразделении. Управление информационной политики разработал

Начальник управления информационной политики

И.В. Михалкина



Лист согласования

СМК-ПСП-21-15

Управление информационной политики

Должность	Подпись	И.О.Ф.	Дата
Первый проректор – Проректор по научной и инновационной работе, Ведущий СМК научно-инновационной деятельности, управлению оборудованием для мониторинга и измерений		М.В. Чукин	20.11.2015г.
Начальник юридического отдела		Р.И. Жеков	20.11.2015
начальник ОК, Ведущий СМК по персоналу		Л.Л. Моисеева	18.11.2015
начальник отдела менеджмента качества, Ведущий СМК по внутренним аудитам		А.Ю. Глухова	20.11.2015

Экспертиза проведена:

Ведущий специалист отдела менеджмента качества

С.В. Щebleва