



**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ И. Т. ТРУБИЛИНА»**




# **СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА**

## **Об информационной политике**

**Положение Университета**

**Пл КубГАУ 1.3.1 — 2017**  
версия 1.0

	Положение системы менеджмента качества Об информационной политике	Пл КубГАУ 1.3.1— 2017
	Введено в действие приказом ректора от 27.02.2017 г. № 134 Дата введения 27.02.2017 г. Без ограничения срока действия. Версия 1.0	Лист 2 Всего листов 15

### Лист согласования

#### РАЗРАБОТАНО

Начальник пресс-службы



О. П. Малеванная

#### ЭКСПЕРТИЗА ПРОВЕДЕНА

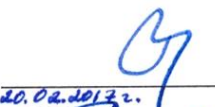
Старший методист центра  
менеджмента качества



Л. О. Мартыневская

#### СОГЛАСОВАНО

Первый проректор




С. М. Резниченко

Проректор по учебной работе



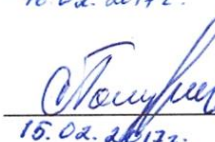
А. В. Петух

Проректор по научной работе



А. Г. Коцаев

Проректор по международной  
и молодежной политике



Т. Н. Полутина

Начальник управления кадрового  
обеспечения и делопроизводства




А. А. Коровин

Начальник юридического отдела




Л. Н. Костенко

	Положение системы менеджмента качества Об информационной политике	Пл КубГАУ 1.3.1— 2017
	Введено в действие приказом ректора от 27.02.2017 г. № 134 Дата введения 27.02.2017 г. Без ограничения срока действия. Версия 1.0	Лист 3 Всего листов 15

## Содержание

1	Назначение и область применения	4
2	Нормативные ссылки	4
3	Общие положения	4
4	Понятия и определения, используемые в настоящем положении	5
5	Принципы и задачи информационной политики университета	8
6	Принципы использования корпоративного бренда	10
7	Распределение полномочий и ответственности	10
8	Раскрытие информации об университете	13
9	Принципы и механизмы взаимодействия со СМИ, распространения и анализа информации об университете	14

	Положение системы менеджмента качества Об информационной политике	Пл КубГАУ 1.3.1 — 2017
	Введено в действие приказом ректора от 27.02.2017 г. № 134 Дата введения 27.02.2017 г. Без ограничения срока действия. Версия 1.0	Лист 4 Всего листов 15

## 1 Назначение и область применения

Настоящее положение Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Кубанский государственный аграрный университет имени И. Т. Трубилина» (далее – университет) определяет принципы и задачи информационной политики университета, а также регламентирует механизмы взаимодействия со средствами массовой информации, распространения и анализа информации об университете.

## 2 Нормативные ссылки

Настоящее положение разработано на основе следующих нормативных документов:

- Федеральный закон от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Закон РФ от 27.12.1991 г. №2124-1 «О средствах массовой информации»;
- Устав университета;
- документы СМК университета.

## 3 Общие положения


3.1 Действие настоящего положения распространяется на все структурные подразделения университета.

3.2 Положение устанавливает порядок взаимодействия по вопросам корпоративных коммуникаций между подразделениями, университетом и целевыми аудиториями (внешними и внутренними).

3.3 Контроль исполнения требований настоящего положения возлагается на проректора по международной и молодежной политике, курирующего PR-деятельность университета, оперативный контроль – на руководителя пресс-службы университета.

3.4 К основным направлениям корпоративных коммуникаций университета относятся:

- анализ внешней среды, направленный на изучение отношения к бренду, деятельности университета в целом, его положения на рынке, взаимоотношений с целевыми аудиториями, репутации вуза и пр.
- анализ внутренней среды университета, направленный на формирование у внутренней целевой аудитории адекватного представления о по-

	Положение системы менеджмента качества Об информационной политике	Пл КубГАУ 1.3.1 — 2017
	Введено в действие приказом ректора от 27.02.2017 г. № 134 Дата введения 27.02.2017 г. Без ограничения срока действия. Версия 1.0	Лист 5 Всего листов 15

ложении университета, целей и направлений его развития у внутренней аудитории и др.

— определение на базе проведенного анализа задач и целей взаимодействия с целевыми аудиториями, формирование годовых планов работы подразделений университета их реализация и контроль исполнения, включая:

— взаимодействие и информационный обмен со средствами массовой информации, сторонними организациями, представителями целевых аудиторий;

— организация PR-кампаний и отдельных мероприятий, включая пресс-конференции, интервью экспертов и руководства университета с представителями СМИ и другую деятельность, направленную на прямое или косвенное информирование целевых аудиторий о деятельности университета, выстраивание целевого образа, формирование репутации университета;


— развитие внутрикорпоративных коммуникаций в части улучшения информированности внутренних целевых аудиторий о деятельности, мероприятиях, управленческих решениях руководства, филиалов и других структурных подразделений университета;

— другая деятельность, направленная на формирование у целевых аудиторий позитивного имиджа, репутации и представления об университете.

#### **4 Понятия и определения, используемые в настоящем положении**

**4.1 Университет** — ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет имени И. Т. Трубилина», включая его обособленные и иные структурные подразделения (институты, факультеты, управления, кафедры, отделы и т.п.), представляющее собой юридическое лицо, являющееся участником общественной, воспитательной, социально-культурной, просветительской и образовательной деятельности среди молодежи своего региона и Российской Федерации в целом.

**4.2 Корпоративные коммуникации, PR-коммуникации, PR-деятельность** — многообразие информационно-коммуникационных взаимодействий и связей университета, включая коммуникации со СМИ, учреждениями и организациями, а также другими заинтересованными сторонами, осуществляемые в интересах университета, с целью формирования определенного представления (имиджа, репутации) у целевых аудиторий, инфор-

	Положение системы менеджмента качества Об информационной политике	Пл КубГАУ 1.3.1 — 2017
	Введено в действие приказом ректора от 27.02.2017 г. № 134 Дата введения 27.02.2017 г. Без ограничения срока действия. Версия 1.0	Лист 6 Всего листов 15

мирования аудиторий, получения информации, лоббирования интересов университета и пр.

**4.3 Целевые аудитории университета** — аудитория коммуникаций, которые оказывают влияние на деятельность университета. Целевые аудитория могут выступать как потребителями, так и источниками информации.

**4.3.1 Российские целевые аудитория корпоративных коммуникаций (внешние):**

- институты государства и гражданского общества;
- академическое сообщество;
- экспертное сообщество, профильные ассоциации;
- партнеры, работодатели;
- рейтинговые агентства в России и странах СНГ;
- абитуриенты;
- средства массовой информации;
- выпускники университета.

**4.3.2 Российские целевые аудитория корпоративных коммуникаций (внутренние):**


- студенты, бакалавры, магистры, аспиранты;
- научные сотрудники;
- профессорско-преподавательский состав;
- административно-управленческий и технический персонал.

**4.3.3 Зарубежные целевые аудитория корпоративных коммуникаций:**

— органы государственной власти зарубежных стран, институты гражданского общества;

- зарубежное экспертное сообщество, профильные ассоциации;
- Зарубежное академическое сообщество;
- профессиональные ассоциации;
- студенты зарубежных вузов;
- зарубежные партнеры, работодатели;
- зарубежные средства массовой информации;
- зарубежные рейтинговые агентства;
- выпускники Университета, работающие за рубежом.

**4.4 Пресс-служба университета** — структурное подразделение университета, осуществляющее формирование, организацию, реализацию, общее управление и контроль за исходящей и входящей информацией, а также информационной политикой университета.

	Положение системы менеджмента качества Об информационной политике	Пл КубГАУ 1.3.1 — 2017
	Введено в действие приказом ректора от 27.02.2017 г. № 134 Дата введения 27.02.2017 г. Без ограничения срока действия. Версия 1.0	Лист 7 Всего листов 15

**4.5 Репутация университета** — динамическая характеристика поведения и образа университета, формирующаяся у целевых аудиторий в течение достаточно продолжительного периода времени.

**4.6 Информационная (коммуникационная) политика университета** — совокупность целостных установок (действий) университета, реализуемых в сфере осуществления внешних и внутренних коммуникаций.

**4.7 Информационный обмен** — ситуативные и периодические обмены материалами, призванные сформировать целостное представление о происходящих событиях, как внутри Университета, так и за его пределами.

**4.8 События, специальные мероприятия университета, структурных подразделений университета** — события, любые активности и мероприятия структурных подразделений университета, экспертов университета, информация о которых влияет на наполнение информационного поля Университета. Событие, специальные мероприятия нацелены на создание, поддержание и развитие положительного имиджа университета, создание дополнительного источника информации об университете. На базе события и специального мероприятия университета осуществляется взаимодействие университета с целевыми аудиториями.

**4.9 Эксперты университета (спикеры)** — сотрудники, преподаватели, руководство университета (ректор, проректоры по направлениям), имеющие право выступать от имени университета на публичных мероприятиях, с комментариями в средствах массовой информации. Список экспертов университета утверждается приказом ректора.

**4.10 Информационный совет университета** — является совещательно-консультативным органом и создается в целях содействия решению текущих и перспективных задач развития университета.


Основные задачи информационного совета

— участие в разработке информационной политики университета, определении ее приоритетных направлений;

— рассмотрение информационных программ Министерства, общественных инициатив, направленных на укрепление взаимодействия подразделений университета со средствами массовой информации и повышение уровня информационной открытости;

— выработка предложений по совершенствованию отдельных направлений информационной и пропагандистской деятельности вуза, оценка эффективности их практической реализации.

Совет формируется из работников университета и обучающихся в нем в соответствии с Уставом. Решения Совета носят рекомендательный характер.

	Положение системы менеджмента качества Об информационной политике	Пл КубГАУ 1.3.1 — 2017
	Введено в действие приказом ректора от 27.02.2017 г. № 134 Дата введения 27.02.2017 г. Без ограничения срока действия. Версия 1.0	Лист 8 Всего листов 15

**4.11 Основные направления корпоративных коммуникаций университета** — информационная, публичная, общественная и иная деятельность пресс-службы и других структурных подразделений университета, а также персоналий, направленная на развитие позитивного имиджа университета с учетом целевых аудиторий, утвержденной в настоящем положении информационной политики.

**4.12 Конфиденциальная (закрытая) информация** — перечень сведений, документов, информации, которая не подлежит раскрытию при реализации информационной политики университета, основных направлений корпоративных коммуникаций университета, а также общественной и иной деятельности пресс-службы университета и экспертами (спикерами) университета перед целевыми аудиториями. Нарушение положений о защите конфиденциальной информации университета влечет применение к лицам, допустившим такие нарушения дисциплинарной ответственности, вплоть до увольнения, что также должно быть отражено в их трудовых договорах (контрактах) с университетом.

## 5 Принципы и задачи информационной политики университета

5.1 Цели и задачи информационной политики университета определяются в соответствии с программой развития университета.

5.2 Основными задачами информационной политики университета являются:

- формирование целевого имиджа университета;
- защита репутации университета;
- управление корпоративными коммуникациями университета в кризисных ситуациях.


5.3 Информационная политика университета должна отвечать следующим принципам:

— *Достоверности* — каждый, кто выступает от имени университета, распространяет достоверную информацию, которая должна быть подтверждена.

— *Открытости* — поддерживая коммуникации, университет демонстрирует свою общественную значимость и ответственность. Отказ вступить в коммуникацию может быть продиктован только требованиями конфиденциальности.

— *Динамичности* — участие в информационных коммуникациях способствуют развитию университета, заставляют соответствовать требованиям



	Положение системы менеджмента качества Об информационной политике	Пл КубГАУ 1.3.1 — 2017
	Введено в действие приказом ректора от 27.02.2017 г. № 134 Дата введения 27.02.2017 г. Без ограничения срока действия. Версия 1.0	Лист 9 Всего листов 15

времени: темпам деловой и экономической активности, спросу со стороны целевых аудиторий университета.

5.4 Все коммуникации и действия, осуществляемые в рамках, определяемых настоящим Положением, должны соответствовать требованиям законодательства и общепринятым принципам деловой этики, а также соответствующим соглашениям (договоренностям) со стратегическими и деловыми партнерами университета.

5.5 Основным и постоянно действующим экспертом (спикером) от имени университета выступает руководитель пресс-службы, который представляет информацию, от имени университета в СМИ по общим вопросам (поводу), должна поступать только из одного источника (одного сотрудника, одного подразделения) и только после согласования с пресс-службой вуза. Комментирование одного и того же события (факта) разными источниками не допускается.

5.6 Информация, исходящая от филиалов и структурных подразделений университета должна быть достоверной, точной и соответствовать фактам.


5.7 Информация (сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах независимо от формы их представления) должна предоставляться средствам массовой информации своевременно с тем, чтобы инициатива в коммуникационной деятельности оставалась на стороне университета.

5.8 Университет не обязан давать комментарии на любое обращение средств массовой информации, однако, в случае отсутствия заранее согласованного заявления необходимо сформировать в максимально короткие сроки (ответы на запросы предоставляются в течение 7 дней в соответствии со ст.40 Закона РФ «О средствах массовой информации») верифицированную и актуальную информацию для СМИ. При этом структурные подразделения университета не вправе отказать сотрудникам пресс-службы в доступе к информации или в предоставлении любой имеющейся у них информации в соответствии с запросом внешнего СМИ.

Случаи отказа со стороны структурных подразделений университета в предоставлении информации рассматриваются как нарушение Положения об информационной политике университета и является основанием для привлечения таких лиц к дисциплинарной ответственности.

5.9 Эксперты университета (спикеры) при взаимодействии со СМИ обязаны употреблять ключевые фразы, формирующие имидж университета и подчеркивающие его особенности как:

— крупнейший в Южном федеральном округе центр науки, образования и инноваций;

	Положение системы менеджмента качества Об информационной политике	Пл КубГАУ 1.3.1 — 2017
	Введено в действие приказом ректора от 27.02.2017 г. № 134 Дата введения 27.02.2017 г. Без ограничения срока действия. Версия 1.0	Лист 10 Всего листов 15

- признанный лидер аграрного образования России;
- крупный современный студенческий комплекс с хорошо развитой инфраструктурой;
- единственный вуз в Краснодарском крае, имеющий в своем составе военный институт.

5.10 Университет не комментирует слухи, домыслы и мнения, способные нанести вред репутации третьих лиц, организаций и компаний.

5.11 Университет вправе комментировать финансово-экономическую деятельность сторонних компаний, организаций, давать политические оценки и комментарии в соответствии с нормами законодательства РФ.

5.12 Филиалы и структурные подразделения университета вправе комментировать деятельность университета, а также других филиалов и структурных подразделений, входящих в состав университета, предварительно согласовав текст официального заявления с пресс-службой вуза.

## 6 Принципы использования корпоративного бренда

6.1 Университет имеет свой индивидуальный логотип (регистрируемый товарный знак) и фирменный корпоративный стиль, утверждаемый ректором университета.

6.2 Контроль использования корпоративного логотипа университета и корпоративного фирменного стиля возлагается на комиссию по корпоративной этике, которая назначается приказом ректора университета.

## 7 Распределение полномочий и ответственности


7.1 Полномочия руководства университета:

7.1.1 Ректор университета:

- утверждает информационную политику университета;
- утверждает регламент информационной политики университета;
- утверждает программу информационных поводов университета;
- утверждает корпоративный кодекс и корпоративный фирменный стиль университета.

7.1.2 Проректор по международной и молодежной политике:

- по согласованию с ректором университета принимает решения по вопросам, касающимся имиджа университета, его информационной политики;
- по согласованию с ректором университета принимает решения о выпуске корпоративных изданий университета;

	Положение системы менеджмента качества Об информационной политике	Пл КубГАУ 1.3.1— 2017
	Введено в действие приказом ректора от 27.02.2017 г. № 134 Дата введения 27.02.2017 г. Без ограничения срока действия. Версия 1.0	Лист 11 Всего листов 15

- контролирует выпуск корпоративных изданий университета;
- координирует информационное сопровождение деятельности университета, структурных подразделений и филиалов.

#### 7.1.3 Проректоры по направлениям:

- предоставляют информацию о деятельности университета по направлениям своей ответственности.

#### 7.2 Полномочия и обязанности пресс-службы:

- разрабатывает, реализует и контролирует информационную политику университета;

- разрабатывает и реализует программу информационных поводов университета;

- взаимодействует со средствами массовой информации, экспертным и профессиональным сообществами, партнерами университета в рамках своей компетенции и в интересах университета;

- формирует публичную позицию по вопросам деятельности университета и его репутации и согласовывает ее с проректором по международной и молодежной политике, а в случае необходимости – с ректором университета;

- осуществляет мониторинг публикаций российских и зарубежных средств массовой информации в отношении университета, его структурных подразделений, филиалов, а также руководства университета;

- осуществляет мониторинг и работу в социальных сетях;


- отвечает за информационное обеспечение и освещение специальных мероприятий, событий (выставок, конференций, семинаров, круглых столов и прочее) университета, связанных с позиционированием университета;

- отвечает за выпуск корпоративного издания (газеты) университета;

- получает информацию от структурных подразделений, филиалов университета, руководства университета, проректоров по направлениям о готовящихся и принятых решениях, которые могут быть отнесены к значимым публичным сообщениям, существенным фактам, информация о которых может быть публично распространена в средствах массовой информации;

- согласовывает публикации и интервью в федеральных, региональных, деловых, общественно-политических и отраслевых изданиях, эфире телевидения, радио, электронных СМИ;

- принимает участие совместно с другими структурными подразделениями и службами Университета в осуществлении контроля за использованием логотипа и фирменного корпоративного стиля университета;

	Положение системы менеджмента качества Об информационной политике	Пл КубГАУ 1.3.1— 2017
	Введено в действие приказом ректора от 27.02.2017 г. № 134 Дата введения 27.02.2017 г. Без ограничения срока действия. Версия 1.0	Лист 12 Всего листов 15

— организует и обеспечивает информирование на официальном сайте университета (раздел «Новости», «Пресс-центр») о деятельности университета.

— организует и координирует взаимодействие структурных подразделений университета по вопросам их публичного позиционирования на территориях присутствия;

— осуществляет контроль разработки программы информационных поводов в структурных подразделениях университета;

— с целью получения актуальной информации и возможности оперативного реагирования на информацию СМИ, как негативного, так и позитивного характера, а также и эффективной реализации информационной политики осуществляет мониторинг информационного пространства;

— инициирует заключение договоров со специализированными компаниями с целью организации работ, обеспечения информацией на разовой или регулярной основе, или получении другого рода специализированных услуг по направлениям, которые не могут быть в полной мере реализованы силами самого подразделения (пресс-службы);


7.3 Полномочия и обязанности сотрудников структурных подразделений университета:

— сотрудники структурных подразделений университета обязаны оказывать содействие сотрудникам пресс-службы в подготовке публичной позиции университета, референтных (публичных) лиц и ответов на запросы СМИ. При подготовке официальной позиции университета пресс-служба направляет в структурные подразделения университета перечень вопросов, в том числе, по электронной почте;

— ответ на срочные запросы пресс-службы должен предоставляться оперативно (в течение не более 2-х часов), при необходимости углубленной подготовки ответа на срочный запрос – не позднее 6 часов с момента получения запроса.

В случае подготовки ответа на текущий запрос пресс-службы, если срок не указан в запросе, ответ должен быть направлен в пресс-службу в течение 2 календарных дней.

Ответственность за качество и достоверность предоставленной информации возлагается на руководителя филиала или структурного подразделения университета, осуществляющего подготовку и передачу в пресс-службу соответствующей информации.

	Положение системы менеджмента качества Об информационной политике	Пл КубГАУ 1.3.1— 2017
	Введено в действие приказом ректора от 27.02.2017 г. № 134 Дата введения 27.02.2017 г. Без ограничения срока действия. Версия 1.0	Лист 13 Всего листов 15

## 8 Раскрытие информации об университете

8.1 Раскрытие информации о деятельности университета осуществляется в объеме, не выходящем за рамки устава университета, решений ученого совета, приказов и распоряжений ректора, а также трудовых договоров.

8.2 Исключительным правом официальных заявлений, сообщений от имени университета обладают референтные (публичные) лица университета (утвержденный ректором вуза список спикеров).

8.3 К референтным лицам университета относятся:

- ректор университета;
- первый проректор;
- проректор по международным связям и молодежной политике;
- проректоры по направлениям своей ответственности;
- спикеры университета в соответствии утвержденным перечнем.

8.4 При необходимости референтное лицо вправе привлекать к комментариям руководителей структурных подразделений университета.


8.5 В случаях участия и предполагаемого выступления сотрудников университета на конференциях, симпозиумах, семинарах, встречах с экспертным сообществом, тексты (тезисы) их выступлений, содержащие раскрытие информации о финансово-хозяйственной деятельности университета, его бизнес-стратегии, других существенных фактах должны согласовываться с референтными лицами университета и пресс-службой.

8.6 Сотрудник университета может выражать собственную точку зрения по вопросам государственной политики, государственного строя, законодательства РФ, межэтнических и межконфессиональных отношений только в частном порядке без указания принадлежности к месту работы.

8.7 Во избежание неверной интерпретации высказывания или отождествления частного высказывания конкретного лица должны быть согласованы с официальной позицией университета в лице спикеров университета или пресс-службы.

Структурные подразделения (в том числе обособленные) университета не менее чем за 7 дней, предоставляют информацию пресс-службе вуза о планируемых событиях структурного подразделения, информация о которых может быть распространена в публичном информационном поле.

8.8 Контроль согласования докладов сотрудников университета на конференциях, симпозиумах, семинарах, встречах с экспертным сообществом осуществляет пресс-служба.

	Положение системы менеджмента качества Об информационной политике	Пл КубГАУ 1.3.1— 2017
	Введено в действие приказом ректора от 27.02.2017 г. № 134 Дата введения 27.02.2017 г. Без ограничения срока действия. Версия 1.0	Лист 14 Всего листов 15

## 9 Принципы и механизмы взаимодействия со СМИ, распространения и анализа информации об университете

9.1 Университетом используются следующие формы публичной активности:

- пресс-релиз (сообщение для прессы; информационное сообщение, содержащее в себе новость об организации, выпустившей пресс-релиз, изложение её позиции по какому-либо вопросу и передаваемое для публикации в СМИ);

- аналитические и информационные материалы для прессы;
- интервью;
- комментарий (краткий или развернутый);
- экспертное интервью (комментарий);
- встреча с экспертным сообществом;
- презентации, участие в конференциях, форумах, других публичных мероприятиях;
- пресс-мероприятия с видео- и фотосъемкой.

9.2 При контактах со СМИ используются следующие режимы общения:

- «под запись» – все, что сказано, может быть использовано в материалах СМИ, даже в качестве прямой цитаты, при этом автор цитаты обязан потребовать от представителя СМИ предоставить ему используемый журналистом текст цитаты для согласования до публикации;

- «не для записи» («offrecord») – источник предоставляет информацию только для журналиста, который не будет использовать ее в виде прямой цитаты или иным подобным образом. В этом случае цитирование референтной персоны должно быть в качестве «источника, близкого к университету с предварительным согласованием цитаты;

- «для сведения» – журналист вправе использовать полученную информацию, но он не вправе называть источник ее происхождения;

- «без комментариев» — однозначный и предельно четкий отказ референтной персоны от комментария, подтверждения или опровержения вопроса журналиста.

9.3 Все запросы СМИ на предоставление интервью или комментариев от университета поступают (передаются) в пресс-службу, которая ведет переговоры и устанавливает контакты со СМИ по вопросам организации интервью или предоставления комментариев для СМИ от имени референтных лиц.

9.4 Одной из основных форм информирования СМИ, применяемых в университете, является подготовка и рассылка от имени университета в СМИ пресс-релизов.

