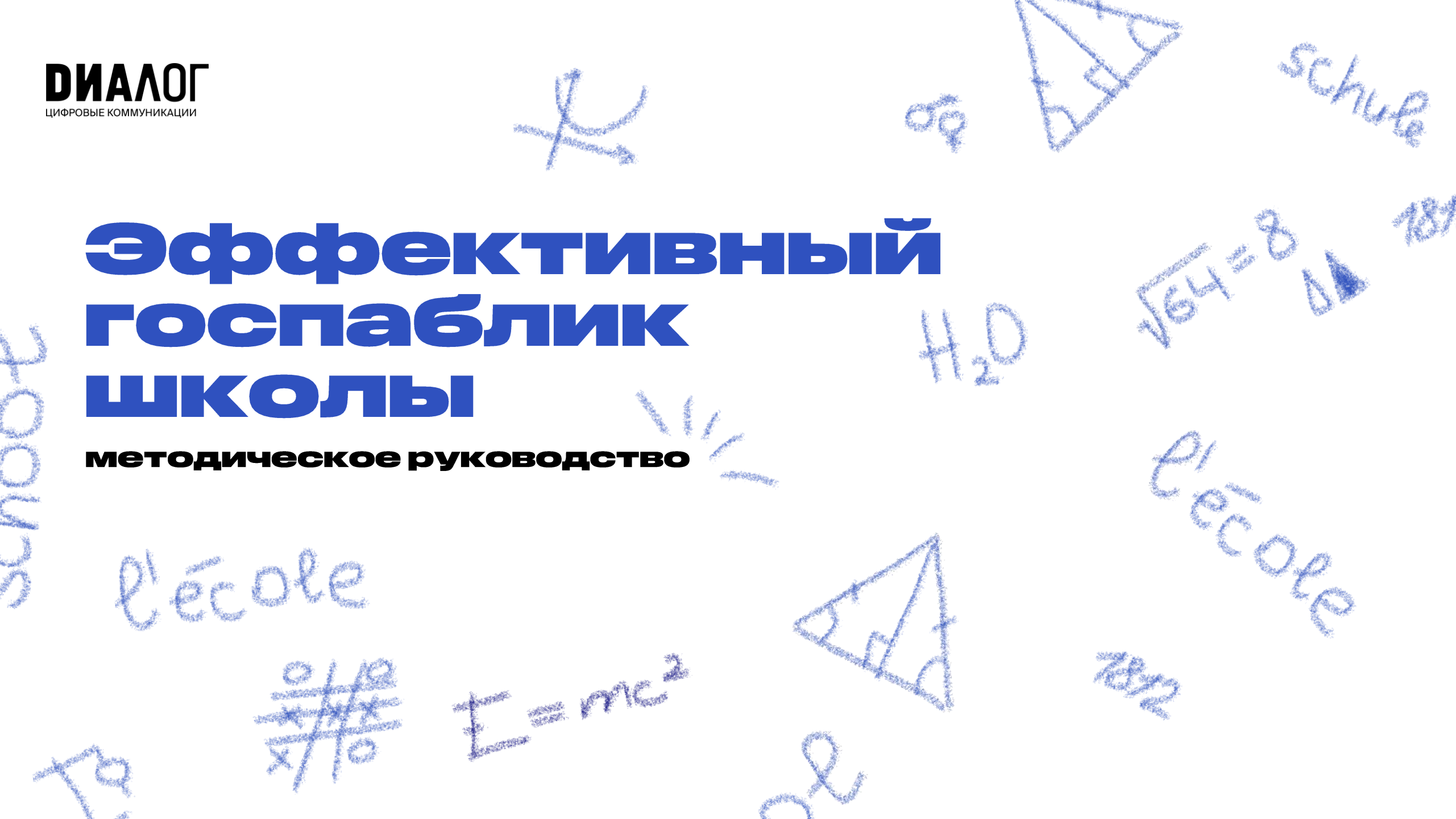


ЭФФЕКТИВНЫЙ ГОСПАБЛИК ШКОЛЫ

МЕТОДИЧЕСКОЕ РУКОВОДСТВО



СОДЕРЖАНИЕ



БЛОК 1 – ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ

<u>Стандарт развития пабликов школы в соцсетях.....</u>	<u>3</u>
<u>Чек-лист для администратора</u>	<u>4</u>
<u>Каким должен быть госпаблик сферы образования?.....</u>	<u>5</u>
<u>Федеральный закон о госпабликах.....</u>	<u>6</u>
<u>Метка «Госорганизация».....</u>	<u>7</u>
<u>Виджеты ПОС.....</u>	<u>8</u>

БЛОК 2 – КОНТЕНТНАЯ ПОЛИТИКА

<u>Ключевые месседжи.....</u>	<u>9</u>
<u>Дизайн.....</u>	<u>10</u>
<u>Контент-план</u>	<u>11</u>
<u>Федеральная повестка.....</u>	<u>12</u>
<u>Конструктор поста.....</u>	<u>13</u>
<u>Сторителлинг.....</u>	<u>14</u>

БЛОК 3 – КАЧЕСТВЕННЫЙ КОНТЕНТ

<u>8 принципов качественного контента.....</u>	<u>15</u>
--	-----------

<u>Живой язык.....</u>	<u>16</u>
<u>Качественные видео.....</u>	<u>17</u>
<u>Качественные фото.....</u>	<u>18</u>
<u>Качественная инфографика и карточки.....</u>	<u>19</u>
<u>Интерактивные форматы.....</u>	<u>20</u>
<u>Работа с комментариями.....</u>	<u>21</u>
<u>Истории.....</u>	<u>22</u>
<u>Приземление федеральной повестки.....</u>	<u>23</u>

БЛОК 4 – ДОПОЛНИТЕЛЬНО

<u>Инструменты продвижения.....</u>	<u>24</u>
<u>Таргет для продвижения госпабликов.....</u>	<u>25</u>
<u>Как обезопасить аккаунты.....</u>	<u>26</u>
<u>QR-код госпаблика.....</u>	<u>27</u>
<u>Примеры лучших госпабликов.....</u>	<u>28</u>
<u>Канал и сообщество про госпаблики.....</u>	<u>30</u>

Стандарт развития пабликов школы в соцсетях

Уважаемые коллеги, **благодаря вашим усилиям** госпаблики школ активно создаются и развиваются. Официальный статус направление приобрело с вступлением в силу Федерального закона от 14 июля 2022 г. № 270-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» и статьи 10 Федерального закона «Об обеспечении доступа к информации о деятельности судов в Российской Федерации».

Мы благодарим вас за проделываемую работу. Вы вносите большой вклад в открытость власти, становитесь важным звеном в коммуникации между учениками, их родителями, педагогами, а также руководством школ и представителями власти.

В помощь вам мы, АНО «Диалог Регионы»*, **подготовили методическое руководство по развитию госпабликов школ.**

Документ, который вы сейчас читаете, поможет вам:

- Повысить качество ведения сообществ
- Ускорить и упростить работу по планированию, производству и публикации контента
- Продвигать вашу группу и привлечь новую аудиторию
- Повысить активность аудитории в сообществе
- Сделать ваши страницы и сообщества эффективным и удобным каналом диалога для пользователей
- Выстроить системную работу не только по школьным новостям и жизни учреждения, но и по региональной и федеральной повесткам

**АНО «Диалог Регионы» – это всероссийский центр компетенций в сфере интернет-коммуникаций. Одна из его задач – развитие госпабликов. На данный момент в России функционируют 84 Центра управления регионами (ЦУР), структурных подразделений «Диалога». Дополнительную информацию вы найдете на сайте: <https://dialog.info>*

Базовые требования и оформление

- Госметка
- Краткое и простое название
- Обложка и аватарка
- Заполненное описание учреждения, адрес, режим работы, контакты

Качественный контент

- Основа контента – значимые для подписчиков новости о работе учреждения и государства в целом
- Федеральные и региональные новости, подходящие по тематике
- Не только официальный, но также полезный и развлекательный контент
- Минимум 3 публикации в неделю
- Простой и понятный, не канцелярский язык
- Живые, а не кабинетные фото
- Используется видео, VK-клипы, VK-истории
- Используются интерактивные форматы: опросы, вопросы подписчикам, конкурсы, прямые эфиры

- Единый стиль оформления паблика и постов
- Виджеты ПОС «Сообщить о проблеме» и «Высказать мнение»
- Ответы в комментариях на содержательные вопросы, поддержка общения

Продвижение для роста подписчиков, просмотров, активности

- Распечатанный QR-код в проходном месте и на мероприятиях
- Публикации со ссылкой на паблик в СМИ, других пабликах, у сотрудников, лидеров мнений
- При наличии ресурсов – таргетированная реклама на подписку
- Программа-минимум – более 1000 «живых» подписчиков
- Ваша подписка на [паблик VK](#) и [канал в Телеграмме «Госпаблики – Лучшее»](#)

Каким должен быть госпаблик сферы образования?



Сообщество Министерства просвещения РФ – флагманский госпаблик в сфере образования с качественным ведением и оформлением.

<https://vk.com/minprosvet>



РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ
ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

О внесении изменений в Федеральный закон
«Об обеспечении доступа к информации о деятельности
государственных органов и органов местного самоуправления»
и статью 10 Федерального закона «Об обеспечении доступа
к информации о деятельности судов
в Российской Федерации»

Принят Государственной Думой

30 июня 2022 года

Одобен Советом Федерации

8 июля 2022 года

14 июля 2022 года Президент РФ подписал [закон о госпабликах](#). В силу он вступил с 1 декабря того же года.


- [Распоряжение](#) Правительства РФ №2523-р от 2 сентября 2022 года об определении «ВКонтакте» и «Одноклассников» в качестве площадок для ведения госпабликов
- [Постановление](#) Правительства РФ № 2306 от 15 декабря 2022 года о закреплении за АНО «Диалог Регионы» статуса координатора создания и сопровождения госпабликов
- [Постановление](#) Правительства РФ № 2560 от 31 декабря 2022 года о правилах размещения информации в госпабликах и их взаимодействии с платформой «Госуслуги»


Метка «Госорганизация»

Специальная отметка, подтверждающая подлинность официального сообщества.

Она повышает уровень доверия к сообществу и позволяет быстрее найти госпаблик среди множества похожих по названию групп.

- Чтобы ее получить, необходимо привязать госпаблик к учетной записи учреждения в ЕСИА через портал «Госуслуги».
- Для этого необходимо быть владельцем или администратором сообщества в социальной сети и иметь статус руководителя или администратора учреждения на «Госуслугах».
- После получения отметки под названием сообщества появляется значок флажка с подписью Госорганизация и надпись «Подтверждено через Госуслуги».

 **Госметка** – обязательный значок, которым отмечаются паблики органов власти и подведомственных учреждений.

 **Важно!** Госметка – не верификация. Это разные понятия и отметки. **Верификация** (синяя галочка) – подтверждение подлинности паблика от соцсети, она не является обязательной.



Ильинская школа № 1 (Пермский край) имеет дважды подтвержденный паблик – есть и госметка (флажок), и верификация (синяя галочка)

<https://vk.com/school1ilin>

Если не знаете, как получить метку, обращайтесь за консультацией в ЦУР или воспользуйтесь методичкой →



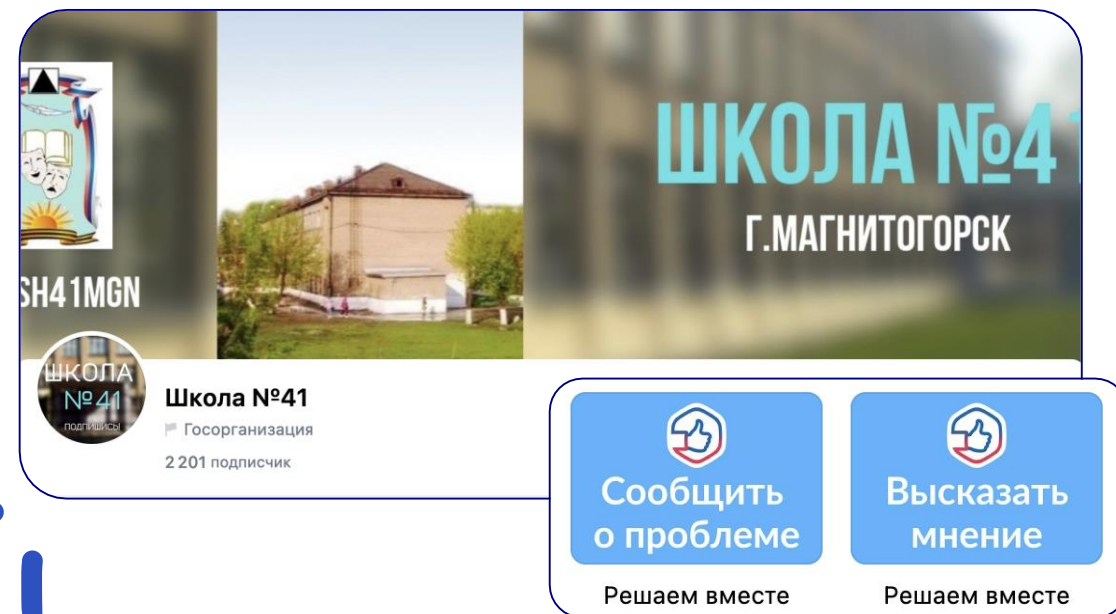
Виджеты ПОС

В каждом госпаблике нужно разместить виджеты со ссылками на электронные формы Платформы обратной связи:

- Форма для обращений жителей в органы и организации
- Форма сбора мнений пользователей через опросы и голосования

Для этого организация или вышестоящее ведомство/ муниципалитет должны быть подключены к ПОС в части обработки сообщений и проведения голосований.

Для оформления виджетов используются обложки из специально сформированного [набора](#).



Школа №41 г. Магнитогорск (Челябинская область)

<https://vk.com/public58572574>

Ключевые месседжи

Контентная политика – это **смыслы и посылы**, которые госпаблик образовательного учреждения доносит до подписчиков. **Высшая цель образования заключается не только в воспитательной и просветительской работе, но и в поддержке детей опытными наставниками на пути к новым достижениям. Целевая аудитория** – это ученики, их родители, коллеги-педагоги из других организаций, а также родители потенциальных первоклассников.

- Основу контента должны составлять значимые и актуальные для целевой аудитории новости о работе школы, которые будут интересны подписчикам: расписание занятий и изменения в нем, возможность посетить факультативные занятия/ кружки/ секции, анонсы мероприятий и так далее
- Подавайте контент в информационном стиле, адаптируйте его для разных соцсетей
- Создавайте уникальный контент в разных форматах: как официальный, так и развлекательный
- Рассказывайте об оснащенности вашей школы, уникальных особенностях образовательной программы, участии в социальных и благотворительных мероприятиях, достижениях учителей и учеников
- Запускайте собственные акции, социальные и имиджевые проекты
- «Приземляйте» темы и посты к конкретным историям
- Проявляйте заботу и эмпатию к учащимся и родителям
- Подчеркивайте близость не только к школьникам, но и к жителям в целом. Показывайте социальную и воспитательную роль школы, чаще демонстрируйте личное участие педагогов во всех школьных процессах
- Не зацикливайтесь на образовании, показывайте другие сферы жизни школы
- Будьте открыты и не уходите от диалога, прислушивайтесь к мнению учащихся и родителей



МАОУ СШ №139 г. Красноярск (Красноярский край)

Пост с подведением итогов выборов президента школы среди учеников

https://vk.com/wall-746943_6634

Контактная информация, дизайн и качественное оформление сделают ваше сообщество удобным и узнаваемым для людей

- Заполните информацию о сообществе в шапке; поделитесь адресом и контактной информацией
- **Ваше название должно быть простым и понятным любому!** Не «МОУ СОШ № 42», а «Средняя школа № 42»
- Постепенно заполняйте все разделы: видео, фото, ссылки, контакты
- Не подписывайтесь со страницы администратора госпаблика на непрофильные аккаунты и аккаунты с сомнительной репутацией
- АНО «Диалог Регионы» разработал брендбук по оформлению госпабликов. Чтобы получить шаблоны обложки, логотипа, постов и графических элементов — обратитесь к ЦУР вашего региона



Школа 47 || Red Hill (Кировская область)
Яркий и лаконичный дизайн, дополненный эмоциональной фотографией учеников

<https://vk.com/redhill47>

Контент-план

Контент-план должен быть, и он должен быть не в голове, а в виде документа

Контент-план – это план-график выхода публикаций в сообществе. В контент-плане следует указывать дату, время, тему и формат постов.

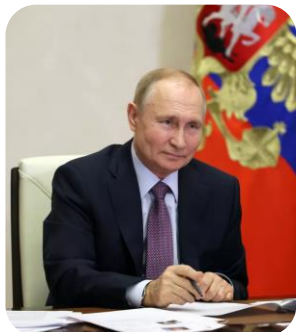
Для ведения плана подойдет любой редактор таблиц (Excel, Яндекс 360), а если вам так удобнее – Word.

Контент-план нужен для вашего удобства:

- Работа «по рельсам» – минимум авралов.
- Возможность действовать на опережение, готовить «консервы» – запасной контент, который вы сможете использовать, когда не будет новостей или времени создавать новый.
- Гибкость: всегда можно что-то убрать или добавить.

Пример контент-плана ищите [здесь](#).

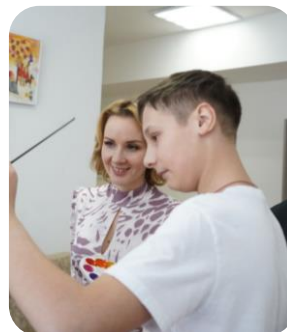
Федеральная повестка



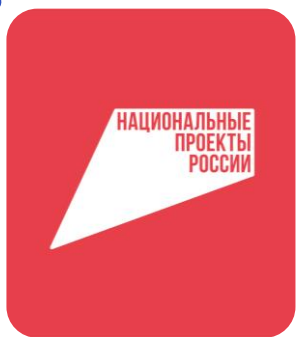
Решения Президента, Правительства, законы



Повестка губернатора и работа регионального правительства



Информационная поддержка общественников и их проектов



Реализация национальных проектов 2019-2024, региональных программ



Поводы для гордости: героизм, успехи в спорте, науке, благотворительность



Праздники, культурные и патриотические события

Публикация новостей о работе школы — это важно и правильно. Ваш госпаблик также должен стать площадкой информирования людей о главных федеральных и региональных решениях, касающихся тематики публика и интересов вашей аудитории.

Федеральные/ региональные поводы нужно сопровождать местными подробностями — это называется «приземлением» повестки.

Время появления федеральных и региональных поводов не всегда можно точно предсказать, поэтому будьте готовы адаптировать контент-план.

Конструктор поста

Основные рубрики:



НОВОСТИ



ОБЪЯВЛЕНИЯ



ДОСТИЖЕНИЯ
УЧЕНИКОВ



ПОЛЕЗНЫЕ
ПАМЯТКИ



УЧИТЕЛЬ
РАССКАЗЫВАЕТ



УЧЕБНЫЕ
ОНЛАЙН-МАТЕРИАЛЫ



ЖИЗНЬ
ШКОЛЫ



МАТЕРИАЛЬНО-
ТЕХНИЧЕСКОЕ ОСНАЩЕНИЕ



ИНТЕРЕСНЫЕ
ФАКТЫ


Форматы контента:

- Фото/фотоальбом + текст
- Видеоролик + подводка
- Карточка/карточки + текстовая подводка
- Мем + текст
- Длинная статья + текстовая подводка
- Подкаст аудио/видео
- Подборка материалов (текст + фото или видео + подводка)
- Прямой эфир + текстовая подводка
- Клип
- Истории/Серия историй
- Видеоопрос людей + текстовая подводка
- Интервью (длинная статья/видео) + текстовая подводка
- Репортаж (текстовый/видео)

Сторителлинг

Рассказывайте о событиях через истории людей – сотрудников и учеников

- Такой формат предполагает достаточно длинные тексты, но они должны быть написаны простым языком и читаться «на одном дыхании»
- Визуал используйте умеренно, для длинных рассказов достаточно 1-2 фотографий
- Подберите привлекательный заголовок, чтобы вызвать желание прочитать текст до конца.

 Министерство образования Белгородской области ✓
3 мар в 15:49 · Госорганизация

Учительские династии – так с уважением называют семьи, в которых благородная педагогическая профессия переходит из поколения в поколение. Учительская династия Поповых – Закуцких – Коротковых из Валуйского округа ведёт своё начало с 1921 года.
✨Общий педагогический стаж династии – более 140 лет.

✨Попова Ефросинья Петровна работала учителем в школе для рабоче-крестьянской молодежи при Валуйском железнодорожном узле. В семье Поповых родилось 3 сестры, две из которых связали свою жизнь с педагогической профессией.


✨Попова Александра Николаевна более 40 лет работала учителем русского языка и литературы в средней школе № 43 юго-восточной Валуйки. Попова Клавдия Николаевна свыше 30 лет руководила средней школой. Муж Клавдии Николаевны – Закуцкий вместе с супругой трудился в Рождественской школе у зятя, а затем учителем технологии в школах №2 и №3 г.Валуйки.

✨Их сын – Закуцкий Сергей Николаевич – продолжил историю и общественнознание. Жена Сергея Николаевича – учитель начальных классов.

В семье Закуцких рабочий день не заканчивался по звонку урока, а продолжался ещё и дома, в беседах о радостях и неудачах и успехах, о планах на завтра. Это повлияло на выбор профессии их дочери – Коротковой, которая стала заместителем директора и учителя русского языка и литературы в средней школе №5 г. Валуйки.

✨И стаж педагогической династии продолжается! Дети Михаил и Алексей – студенты педагогического отделения колледжа скоро смогут с гордостью сказать: «Я – учитель».

#ГодПедагогаНаставника #ГПН_2023 #Белгородская_область #МинистерствообразованияБелгородскойобласти



68
Нравится 7 4.1K

Министерство образования Белгородской области
Интересный рассказ о целой династии учителей

https://vk.com/wall-148247509_9233

8 принципов качественного контента



1. Живой язык



2. Качественные видео



3. Качественные фото



4. Качественные инфографика и карточки



5. Интерактивные форматы



6. Работа с комментариями



7. Истории



8. Приземление повестки

Самое главное в паблике — это контент.

8 принципов, которые мы перечислим в этом разделе — ключевые ориентиры для создания действительно качественного, полезного и интересного контента в соцсетях.

Мы разберем каждый из них подробно на конкретных примерах.

Нажимайте на подчеркнутые слова или словосочетания и переходите по гиперссылкам – так вы попадете на сайты/онлайн-сервисы, которые помогут вам в работе.

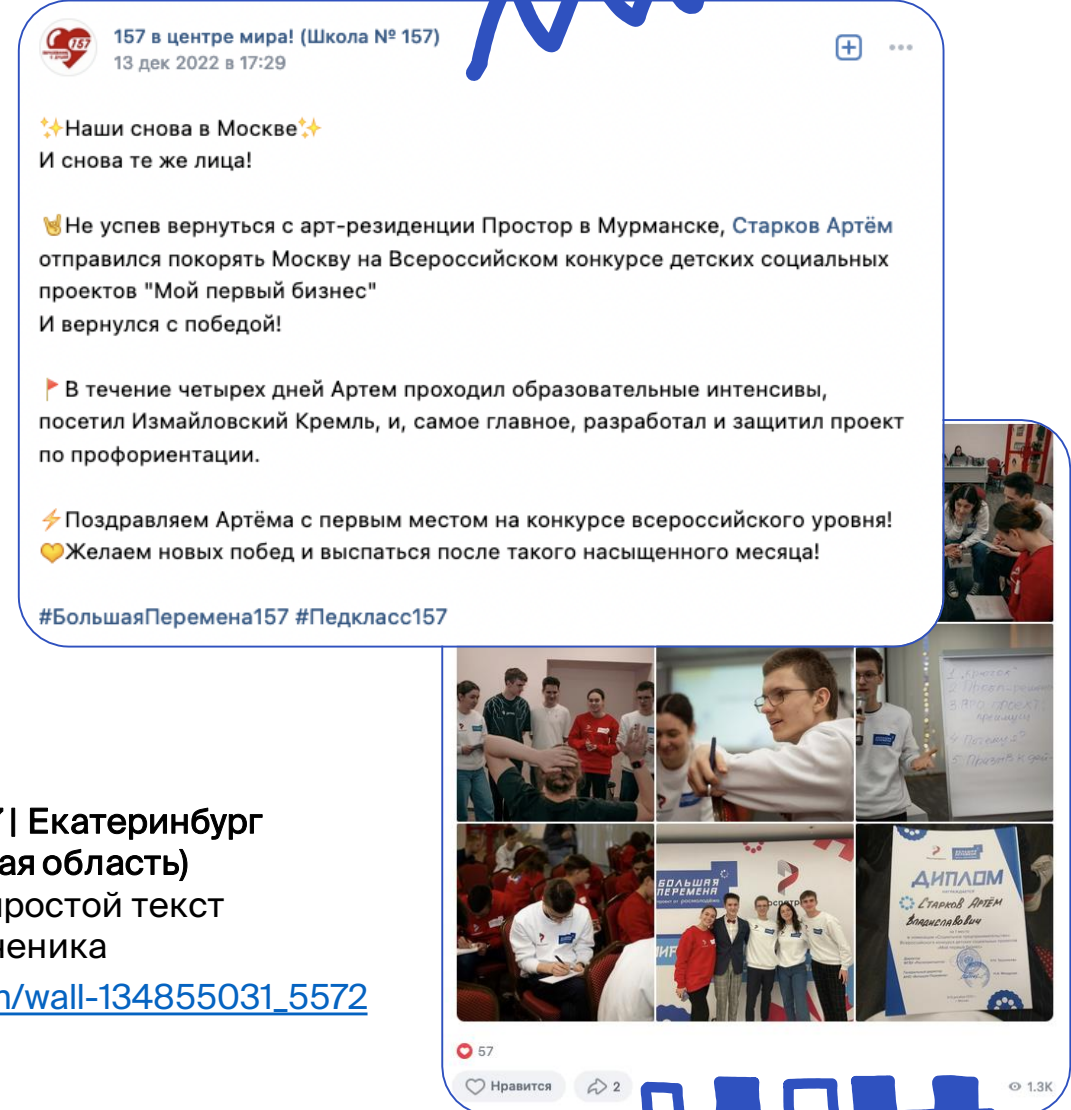
1 ЖИВОЙ ЯЗЫК

Освойте профессию переводчика... с языка пресс-релизов на язык соцсетей!

- Чем больше текст, тем меньше людей его прочитают. Максимум – три небольших абзаца
- Обязательно разделяйте текст на абзацы, структурируйте его
- Можно использовать эмодзи, но не более 3-5 в одном посте
- Не используйте длинные предложения и сложные обороты. Забудьте причастия и деепричастия
- Пишите просто. Представьте, что вы рассказываете новости вашим знакомым
- Удаляйте из текстов все канцелярские обороты. Чистоту и читаемость текстов можно быстро и легко проверить с помощью сервиса «Главред»
- Помните, что уместный юмор и образный язык – залог интереса аудитории

Школа № 157 | Екатеринбург
(Свердловская область)
Короткий и простой текст
об успехах ученика

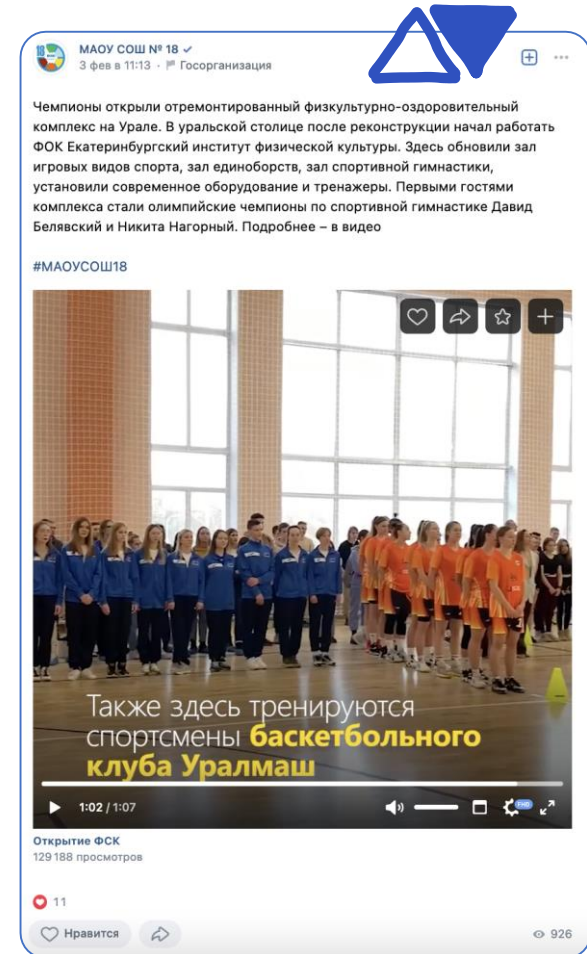
https://vk.com/wall-134855031_5572



2 КАЧЕСТВЕННЫЕ ВИДЕО

Видео – самый популярный формат контента в соцсетях. Помните, что большинство смотрит их с телефона, поэтому – длительность небольшая, текст краткий, элементы крупные

- Для пабликов школ подходят информационные ролики с субтитрами
- Технические требования к информационным роликам: [квадратный формат](#), [наличие субтитров](#), [фоновая музыка](#). Поверьте, это удобно пользователям
- Идеальный хронометраж – до 1 минуты, а в 2022 году – даже чуть короче
- Призыв к действию в конце ролика: «ставь лайк», «делись с друзьями»
- Выделите ключевые тезисы в субтитрах полужирным или цветом
- Не злоупотребляйте телесюжетами. Соцсети – не телевизор, тут такое не смотрят
- Устраивайте небольшие по длительности прямые эфиры с ответами на вопросы школьников и родителей во [«ВКонтакте»](#) и других соцсетях
- Приглашайте на эфиры дирекцию школы, представителей исполнительной власти, ЛОМов, экспертов из вузов и ссузов



МАОУ СОШ № 18 | Екатеринбург
(Свердловская область)

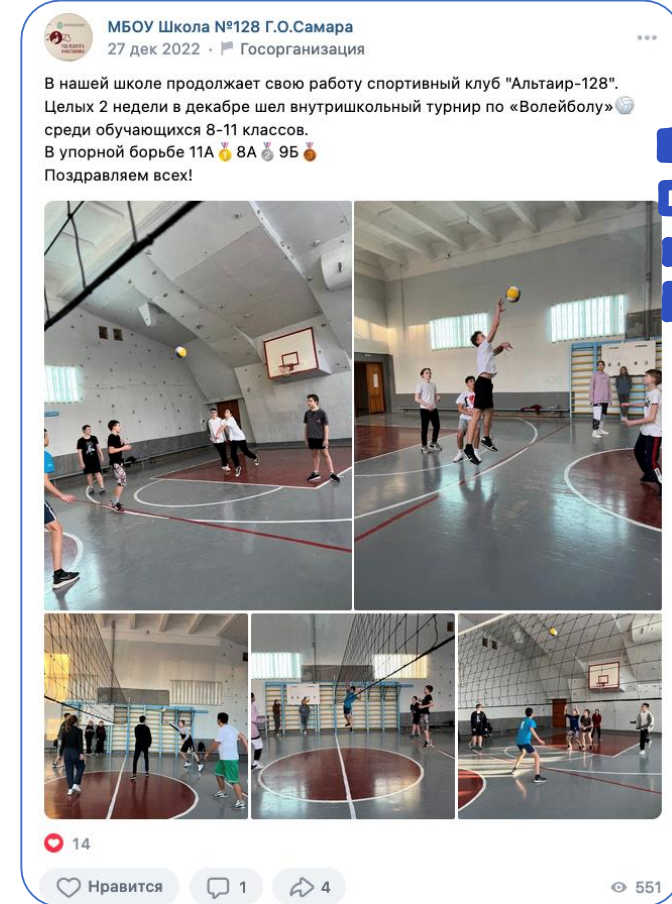
Видео об открытии нового ФОК

https://vk.com/wall-213983242_211

3 КАЧЕСТВЕННЫЕ ФОТО

Скучные фотографии и картинки из интернета не интересны аудитории. Люди ставят лайки ярким и «неформальным» кадрам

- Делайте живые фото: яркие и качественные снимки с необычных ракурсов, эмоциональные кадры
- Используйте собственный уникальный визуальный контент. Обработанная фотография с мобильного лучше заимствованных материалов
- Применяйте единый брендбук для оформления фотографий, инфографики и карточек
- Проверяйте посты перед публикацией и удаляйте «ляпы» в предпросмотрах. Внимательно следите за закрытыми глазами и другими обидными мелочами
- Если у вас есть только постановочные кадры, то лучше сделать инфографику



Школа № 128 (Самарская область)
Живые эмоциональные фотографии со школьного турнира по волейболу

https://vk.com/wall-206446469_309

4 ИНФОГРАФИКА И КАРТОЧКИ

Инфографика – это визуализация информации. Используйте ее тогда, когда информация сложная и ее много

- Придерживайтесь правила «одна карточка— один тезис»
- Чем меньше текста и проще оформление, тем лучше
- Стремитесь к тому, чтобы по картинке все было понятно без слов. Это называется «визуальный месседж»
- Большинство людей смотрят посты на смартфоне, текст и графика должны быть видны без приближения
- Пользуйтесь [базами готовых пиктограмм](#)

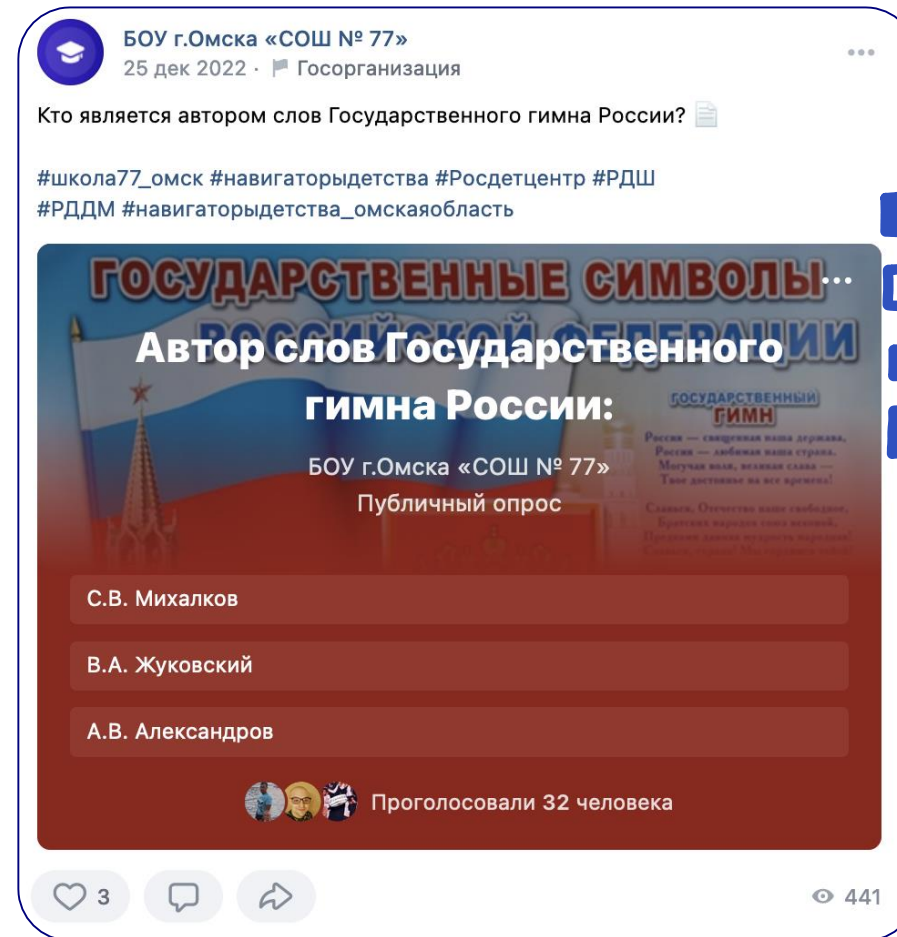


МБОУ СОШ №32 | Ставрополь
(Ставропольский край)
https://vk.com/wall-144906619_4782

5 ИНТЕРАКТИВНЫЕ ФОРМАТЫ

Механики вовлечения и конструктивный диалог повышают доверие вашей аудитории

- Обращайтесь к аудитории, ведите с ней диалог, задавайте вопросы
- Просматривайте, какие новости предлагают люди, и иногда публикуйте пользовательский контент
- Проводите опросы и голосования
- Организуйте конкурсы и флешмобы
- Публикуйте записи, в которых реагируете на комментарии к предыдущим постам
- Призывайте к действиям. Люди ответят лайками, комментариями и репостами



БОУ г. Омска «СОШ № 77» (Омская область)
Опрос на проверку эрудиции — отличный
формат вовлечения аудитории
https://vk.com/wall-163041078_939

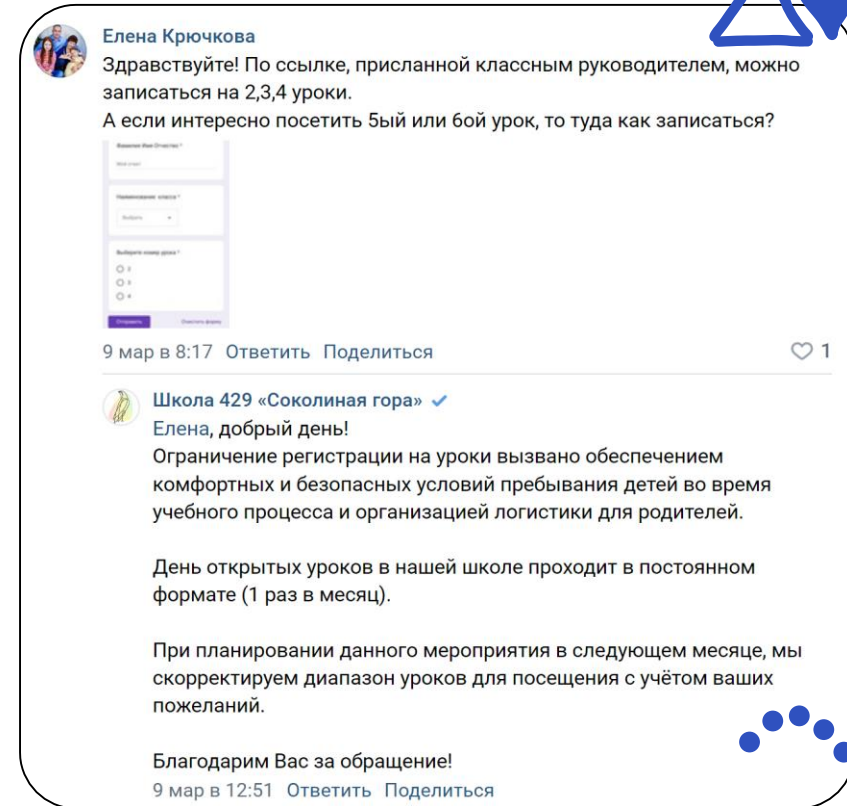
6 РАБОТА С КОММЕНТАРИЯМИ

Важно настроить эффективную коммуникацию со своими подписчиками.

Ответ на комментарии в социальных сетях — неотъемлемый инструмент общения с пользователями соцсетей. Отсутствие обратной связи в комментариях влечет негативную реакцию пользователей, люди чувствуют себя ненужными.

Ответ должен соответствовать правилам негласного сетевого этикета:

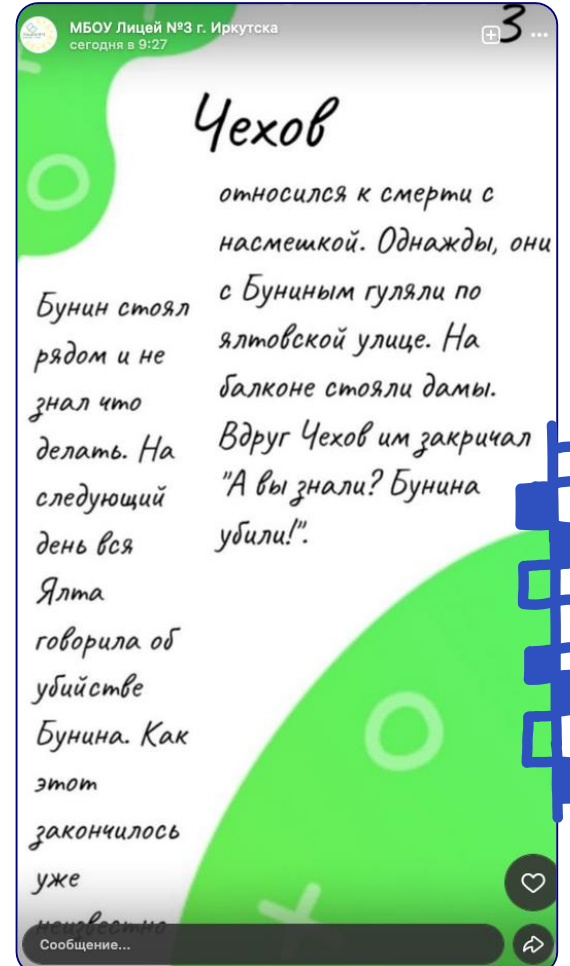
- Ответ должен начинаться с приветствия
- К автору необходимо обращаться «Вы»
- Ответ должен быть простым и понятным, вежливым и без канцеляризмов
- Ответ должен быть информативным, отвечать на запрос автора
- Допускаются позитивные ненавязчивые эмодзи
- В ответе должны содержаться меры, сроки или любая другая информация
- Когда автор задает конкретный вопрос, он ожидает услышать четкий ответ. Не стоит отправлять человека искать ответ на свой вопрос по ссылке
- Бывают случаи, когда в сообщении автора не содержится необходимой информации для решения вопроса, тогда следует уточнить детали у автора
- Если в сообщении содержится несколько вопросов, то важно прокомментировать каждый вопрос



Школа 429 «Соколиная гора» (г. Москва)
Пример хорошей работы с комментариями
<https://vk.com/sch429>

Истории – это популярный формат, который нужно использовать по максимуму

- Делайте истории вертикальными и на весь экран
- Пишите крупно, чтобы текст был читаем с телефона
- Используйте живые кадры и динамичные короткие видео
- Добавляйте эффекты, голосования в истории, вопросы, тесты и другие «фишки»
- Сохраняйте главные истории, распределяйте их по рубрикам, ставьте обложки



МБОУ Лицей №3 г. Иркутска (Иркутская область)
Интересные факты о писателе в серии историй

<https://vk.com/irklyceum3>

8 ПРИЗЕМЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ ПОВЕСТКИ

Ваша аудитория должна «примерять» федеральные инфоповоды на себя и видеть пользу от федеральных решений. Помогите ей в этом!

- Добавляйте в региональные и федеральные поводы местную фактуру – расскажите историю конкретного человека, проблему которого удалось решить
- Возьмите комментарий по теме у местного лидера мнения, которому доверяют люди
- Меньше футуристики и денежных сумм. Вместо «выделено N млн по такой-то программе» напишите, сколько школа получит инвентаря, какие работы пройдут по ее ремонту или обновлению

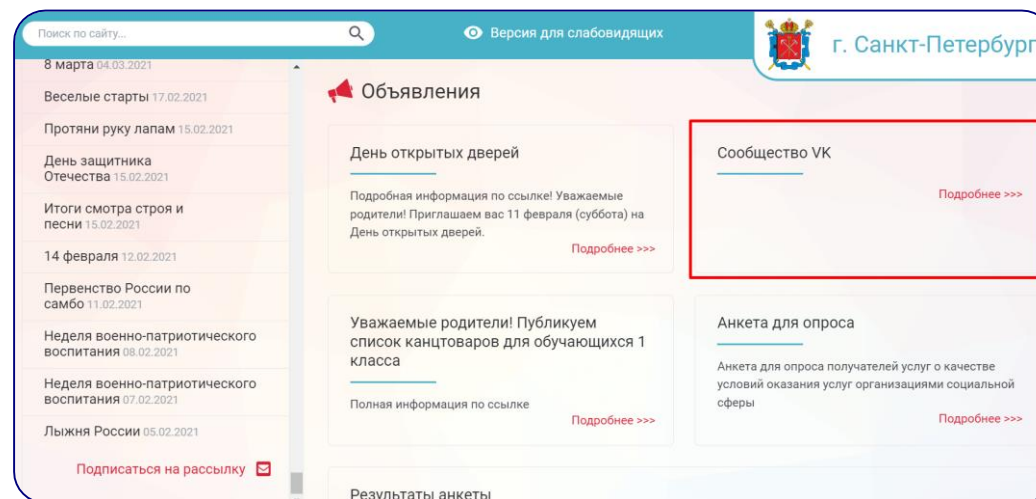


В Калужской области в [Школе №25](#) угадывают статьи конституции

https://vk.com/wall-193377650_13616

Стремитесь к тому, чтобы на ваш паблик подписывались не только те, кто учатся сейчас, но и их родители, выпускники прошлых лет

- ❑ Интеграции с блогерами и ЛОМами (лидерами общественного мнения). Договоритесь с известным человеком, чтобы он рассказал про вашу группу
- ❑ Интерактивы в своих и дружественных популярных сообществах. Опросы и конкурсы с обязательным условием вступления в группу: чтобы получить приз, пользователь должен на вас подписаться
- ❑ Работа в комментариях от имени паблика в своем сообществе, а также в других активных группах школ
- ❑ Тематические посевы в сторонних популярных группах — «Подслушано», «Типичный» — с тегом вашего сообщества
- ❑ Офлайн-продвижение: QR-коды в проходном месте вашего учреждения
- ❑ Вовлечение потенциально заинтересованной аудитории в ручном режиме (рассылки приглашений друзьям, знакомым, коллегам)



ГБОУ Школа №457 г. Санкт-Петербурга
Ссылка на сообщество размещена на официальном сайте школы

<https://457spb.ru/>

Таргет

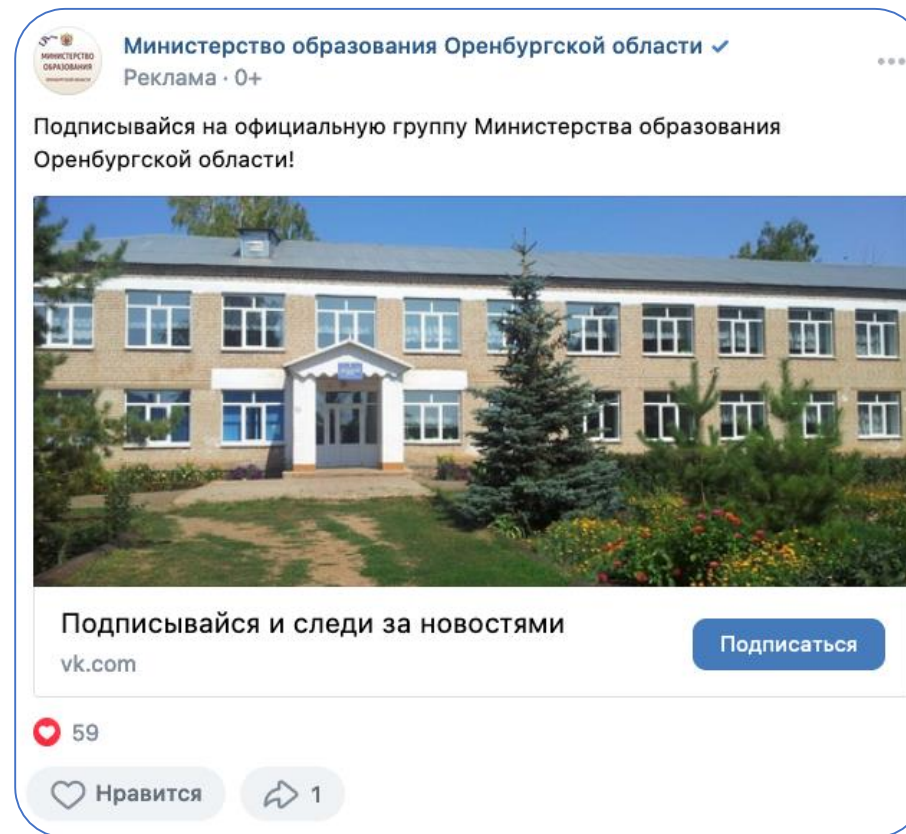
Таргетированную рекламу можно настраивать на сам паблик или отдельные посты. С его помощью можно увеличивать количество подписчиков, продвигать материалы на более широкую целевую аудиторию (не ограничиваясь только подписчиками). Таргет позволяет показать публикации вашей группы пользователям в ленте новостей соцсети вне зависимости от того, подписаны они на сообщество или нет.

Вы можете обратиться за консультацией в ЦУР – коллеги подскажут вам.

Можно рекламировать ваши обычные информационные публикации и посты с кнопкой на вступление в сообщество.

Таргет – это:

1. **Сегментация** – можно сказать про открытие детской площадки только родителям нужного района
2. **Охват** – увеличить просмотры постов можно в 10 и более раз
3. **Подписчики** – привлечь до 1 000 человек из вашего города или района за 1 кампанию



Пример рекламного объявления

https://vk.com/wall-197393052_2547

Как обезопасить аккаунты?

Для каждой социальной сети придумайте отдельный сложный пароль

Не рекомендуем:

- ❑ *пароли, в которых меньше 8 символов: IOIhKd*
- ❑ *пароли-слова: сарубара*

Не забывайте обновлять пароли во всех соцсетях раз в шесть месяцев.

При использовании большого количества соцсетей, используйте менеджеры паролей.

Вот несколько рекомендованных сервисов:

- ❑ PassCamp;
- ❑ SolarWinds PassPortal;
- ❑ QuickPass;
- ❑ Bitwarden;
- ❑ Enpass;
- ❑ Keepass;
- ❑ Last Pass.

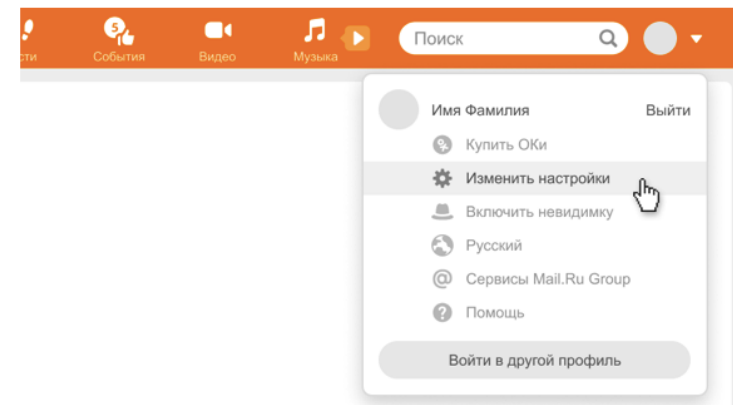
Что такое двойная защита? Как её включить?

Статья обновлена 23.12.2021 [Получить ссылку](#)

«Двойная защита»? - это ещё один способ защитить ваш профиль. Если вы включите данную функцию, то для входа в ваш профиль будет необходим не только **пароль**, но и специальный одноразовый код, отправленный вам с помощью смс на сотовый телефон.

Как подключить «Двойную защиту»?

- нажмите на миниатюру вашей главной фотографии в правом верхнем углу;
- в появившемся меню выберите пункт **«Изменить настройки»**;



- затем перейдите во вкладку **«Основные»** в меню слева;
- в списке настроек найдите пункт **«Двойная защита»**;

Подключите двухфакторную аутентификацию.
Это дополнительный уровень защиты: при входе, помимо логина и пароля, нужно ввести специальный код:

- ❑ [Подключение «ВКонтакте»](#)
- ❑ [Подключение «Одноклассники»](#)

QR-код госпаблика

Для привлечения большей целевой аудитории в госпаблик учреждений размещайте **QR-код на информационных стендах**.

Посетители смогут отсканировать его, перейти в ваш госпаблик, ознакомиться с информацией и подписаться

Как получить QR-код «ВКонтакте»?

1. Откройте «ВКонтакте» с компьютера и зайдите в свое сообщество.
2. Перейдите в настройки: «Основная информация» → «Управление» → «QR-код».
3. Нажмите «Создать», и появится макет с QR-кодом.

Важно! Создать QR-код «ВКонтакте» можно и другими способами. Используйте только тот, что описан в инструкции выше. Так каждый переход по ссылке будет учитываться в статистике – это важно для учёта того, есть ли в учреждении страница с QR-кодом, при формировании рейтинга регионов.

Основная информация

Название:

Описание:

Обложка:

Адрес:

Как правильно выбрать адрес и можно ли использовать уже занятый, читайте здесь.

Верификация:

Государственный статус:

QR-код:

Вы можете создать страницу с QR-кодом со ссылкой на сообщество

Страница с QR-кодом со ссылкой

Вы можете создать страницу с QR-кодом и ссылкой на сообщество вашей организации.

Укажите понятное название учреждения, добавьте слоган или призыв, скачайте файл и распечатайте его. А после повесьте там, где увидят посетители. По QR-коду они смогут перейти прямо в сообщество и подписаться на него.

Нажмите на заголовок или слоган внизу, чтобы изменить текст. Название должно быть понятно клиентам и посетителям вашей организации.

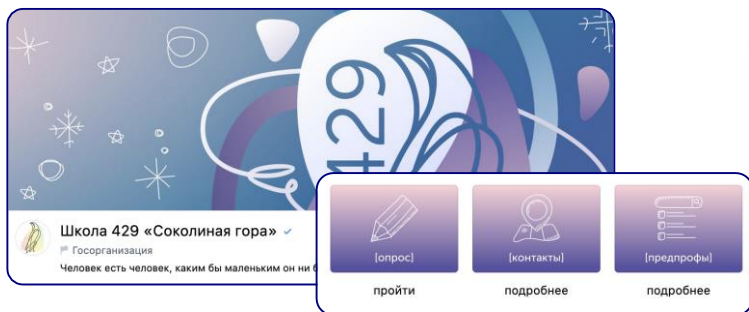
сообщество ВКонтакте

Администрация



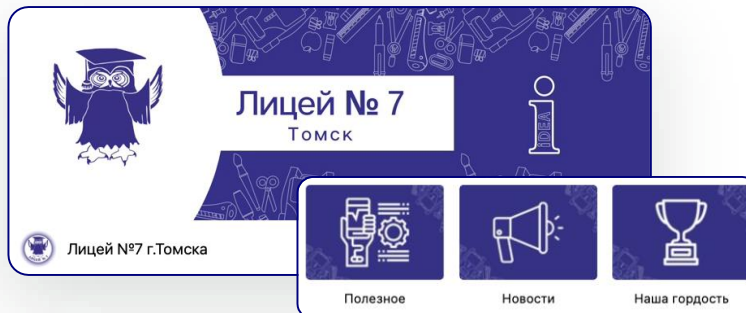
Самое актуальное здесь!

Примеры лучших госпабликов



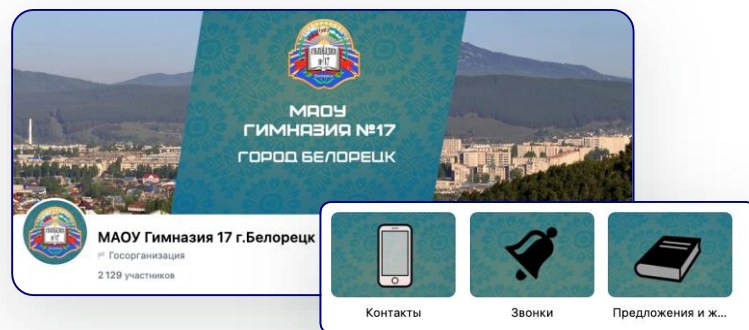
Школа 429 «Соколиная гора» (Москва)

<https://vk.com/sch429>



Лицей №7 (Томск)

<https://vk.com/tsklacey7>



МАОУ Гимназия 17 (Белорецк)

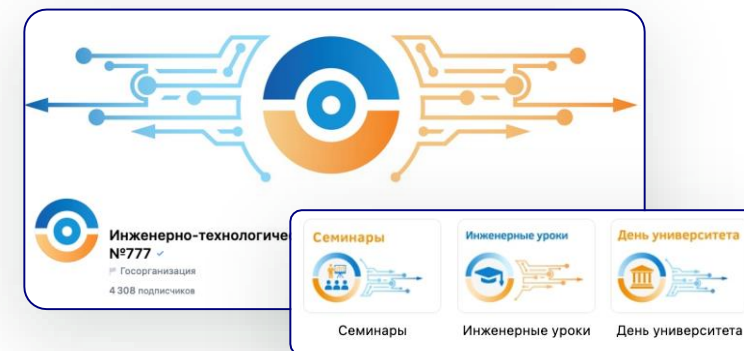
<https://vk.com/club206892981>



МБОУ «СОШ п. Нивенское» (Калининград)

<https://vk.com/nivensk>

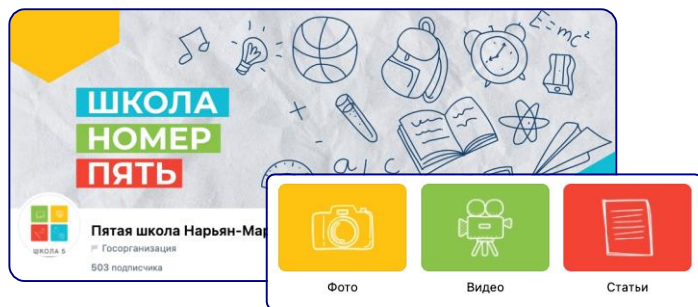
Отсканируйте QR-код и посмотрите [группы школ](#), на которые можно ориентироваться



Инженерно-технологическая школа №777 (Санкт-Петербург)

<https://vk.com/itschool777>

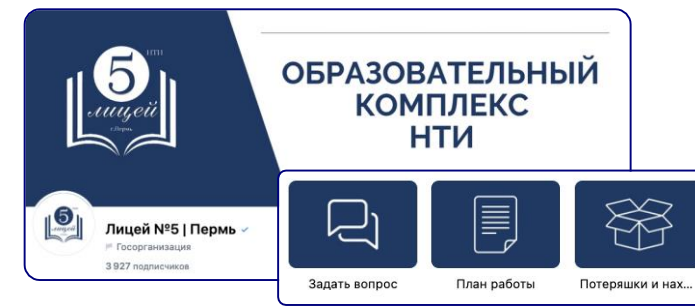
Примеры лучших госпабликов



Пятая школа (Нарьян-Мар)
<https://vk.com/schoolfivena>



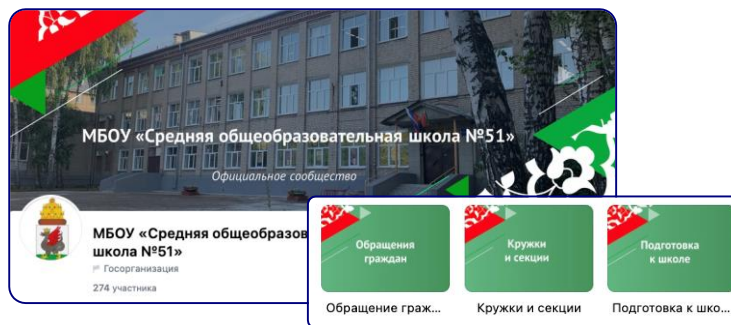
МАОУ СОШ № 29 (Липецк)
<https://vk.com/sc29un>



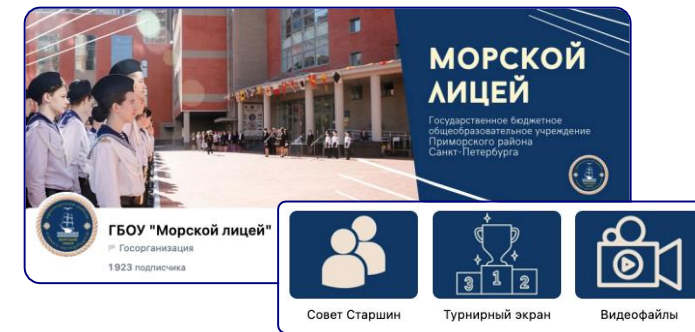
Лицей №5 (Пермь)
<https://vk.com/lyceum5.perm>



Школа №51 (Киров)
https://vk.com/sch51_kirov



МБОУ «Средняя общеобразовательная школа №51» (Казань)
https://vk.com/school51_kazan



ГБОУ «Морской лицей» (Санкт-Петербург)
https://vk.com/morskoy_litsey202

Сообщество и канал про лучшие кейсы госпабликов

Подпишитесь на образовательный канал про госпаблики с подборками групп и публикаций, лучшими практиками и самыми удачными кейсами – отсканируйте QR-код или перейдите по [ссылке](#)



За консультацией обращайтесь в ваш ЦУР,
а лучшие практики присылайте нам по QR-коду →

