

Положение о городском Конкурсе «Механика контента»
в рамках городского Медиафестивале «Высокое разрешение»
для педагогических работников образовательных организаций
города Екатеринбурга в 2021-2022 учебном году

Общие положения

1. Настоящее Положение определяет цели, задачи, порядок и сроки проведения городского конкурса «Механика момента» для педагогических работников образовательных организаций города Екатеринбурга (далее: Конкурс, Конкурс «Механика момента») в рамках конкурсного направления городского образовательно-конкурсного проекта «МедиаГород»: IX Городского медиафестиваля «Высокое разрешение» (далее Медиафестиваль) в 2021/2022 учебном году.

Цели и задачи конкурса

2. Цель конкурса - выявление наиболее эффективных практик медийной деятельности образовательных организаций Екатеринбурга (далее – ОО, образовательная организация), направленной на формирование, развитие и совершенствование успешного взаимодействия со своей целевой аудиторией в социальных сетях «ВКонтакте» и Instagram через официальные страницы для выполнения маркетинговых, информационных, образовательных, воспитательных и развивающих задач.

3. Задачи конкурса:

- создание условий для формирования положительного имиджа образовательной организации/педагога;
- популяризация медийной деятельности образовательных организаций/педагогов Екатеринбурга в социальных сетях «ВКонтакте» и Instagram;
- обеспечение распространения принципов открытой и свободной коммуникации всех участников образовательного процесса по средством ведения социальных сетей образовательных организаций/проектов/педагогов;
- сбор и поощрение наиболее эффективных практик медийной деятельности образовательных организаций Екатеринбурга.

Порядок и организация проведения Конкурса

4. Конкурс проводится 01.02.2022-03.03.2022 в несколько этапов:
- электронная регистрация участников и прием конкурсных работ с 01 по 13 февраля 2022 на сайте городского образовательно-конкурсного проекта «МедиаГород» www.медиагородекб.рф ;

– техническая экспертиза на соответствие требований к оформлению конкурсных материалов, и работа жюри Конкурса с 14 по 26 февраля 2022;

– оглашение победителей и призеров Конкурса 03 марта 2022.

5. В Конкурсе могут принять участие образовательные организации Екатеринбурга или отдельные авторы (педагоги), ведущие деятельность и взаимодействующие с обучающимися на площадках в социальных сетях «ВКонтакте» и Instagram, посредством официальных страниц.

6. Иницирует участие образовательной организации в конкурсе сотрудник или обучающийся, отвечающий за ведение и продвижение официальных страниц в социальных сетях.

7. Номинации Конкурса:

– «Лучший блог образовательной организации» для официальных страниц образовательных организаций;

– «Лучший блог проекта» для официальных страниц школьных СМИ образовательных организаций (газета/медиацентр);

– «Лучший блог педагога» для педагогов образовательных организаций, ведущих официальные личные страницы в социальных сетях.

8. Для участия в конкурсе необходимо до 13.02.2021 пройти регистрацию на сайте Организатора с прикреплением контент-плана (Приложение 3), а также, за дополнительный балл, листа самомониторинга (для страниц во «ВКонтакте» - Приложение 4, для страниц в Instagram- Приложение 5).

9. По результатам экспертизы конкурсных работ Оргкомитетом и жюри составляется рейтинг участников Конкурса по номинациям и формируется список победителей и призеров.

10. Принимая участие в Конкурсе, участники и педагоги соглашаются с требованиями данного Положения и дают согласие на предоставление, использование и обработку персональных данных в соответствии с нормами Федерального закона №152-ФЗ от 27 июля 2006 г. (в действующей редакции) «О персональных данных» (фамилия, имя, отчество, наименование образовательной организации, дата рождения, результаты участия в мероприятии, вид и степень диплома; фамилия, имя, отчество, должность, наименование образовательной организации, контактный телефон, электронная почта).

11. Принимая участие в Конкурсе, участники соглашаются с тем, что фото и видеосъемка на мероприятиях будут проводиться без их непосредственного разрешения; конкурсные работы могут быть использованы Организатором в некоммерческих целях как средство достижения целей Конкурса

Требования к оформлению конкурсных аккаунтов

12. Контент в конкурсном аккаунте должен быть авторскими, не заимствованными из Интернета и не нарушающими авторских прав третьих лиц.

13. Все поданные на Конкурс материалы не должны противоречить действующему законодательству Российской Федерации и условиям настоящего Положения.

14. Всю ответственность за материалы, представленные на Конкурс, несет автор/коллективный автор, предоставивший конкурсный аккаунт для

участия.

15. Конкурсные аккаунты не рецензируются. Оценочные листы не выдаются, апелляции по итогам Конкурса не предусмотрены.

Жюри

16. Для профессионального объективного оценивания конкурсных материалов и выступлений участников формируется жюри Конкурса.

17. Член жюри не может оценивать участника (команду), которого он подготовил. О возможном конфликте интересов член жюри, связанный с участником, должен объявить Организатору Конкурса. В случае нарушения этого пункта оценки данного члена жюри не учитываются в итоговых ведомостях.

18. В работе жюри принимают участие квалифицированные специалисты: администраторы социальных сетей, SMM-менеджеры, копирайтеры, блогеры, представители Организатора.

19. Жюри в своей работе руководствуется настоящим Положением и оценивает работы по критериям оценочного листа к Положению.

20. Жюри имеет право присуждать не все места с учетом качества представленных работ, дублировать места, создавать дополнительные номинации для поощрения участников Конкурса.

Критерии оценивания

21. Критерии оценивания (Приложение 1, 2)

22. Оценивание официальных страниц ОО Екатеринбург в социальных сетях «ВКонтакте» и Instagram по критериям № 2-4, 6-7 проводится за период публикаций в январе-феврале 2022 года.

23. Дополнительный балл к итоговой оценке экспертная комиссия присуждает участникам, которые провели анализ своих официальных страниц в социальных сетях по соответствующим критериям и направили в адрес организатора конкурса вместе с заявкой на участие лист самомониторинга, указав количество баллов по каждому показателю с комментария

Подведение итогов и награждение участников Конкурса

24. По итогам конкурса в каждой номинации определяются победители и призеры, набравшие наибольшее количество баллов.

25. Итоги конкурса подводятся и объявляются 03.03.2022 года и размещаются на сайтах Департамента образования Администрации города Екатеринбурга, МАУ ДО ГДТДиМ «Одаренность и технологии», образовательно-конкурсного проекта «МедиаГород».

26. Победители и призеры Конкурса награждаются электронными дипломами Департамента образования Администрации города Екатеринбурга и памятными подарками.

27. Участникам Конкурса вручаются электронные Сертификаты Организатора Конкурса.

28. Диссеминация педагогического опыта победителей и призеров конкурса будет организована при проведении образовательных событий различного уровня в 2021/2022 учебном году.

29. Результаты участия в Конкурсе передаются для обработки и заполнения базы данных «МедиаЛидер 2021/2022 года».

Финансирование

30. Финансирование конкурсных мероприятий осуществляется за счет субсидий, выделенных в рамках подпрограммы «Развитие системы образования в муниципальном образовании «город Екатеринбург» в условиях введения федеральных государственных образовательных стандартов» на 2017 – 2022 годы Муниципальной программы «Развитие системы образования и создание условий для организации труда, отдыха и оздоровления детей в муниципальном образовании «город Екатеринбург» на 2017 – 2022 годы, утвержденной Постановлением Администрации города Екатеринбурга от 31.10.2016 № 2166 (в редакции Постановления Администрации города Екатеринбурга от 07.07.2021 № 1283) по совершенствованию системы работы с одаренными детьми.

Координатор мероприятия

Нурисламова Эльза Мударисовна, методист

тел.: (343) 371-46-01 (доб. 10#), e-mail: media@gifted.ru

Приложение 1
к Положению о Конкурсе «Механика контента»

Критерии оценивания блога в социальной сети «ВКонтакте»:

№	Наименование критерия	Содержание показателей	Кол-во баллов
1	Общее оформление	1.1 Присутствует основная информация об образовательной организации: название, контактные данные, краткая история основания, миниатюра, обложка, статус	0-1
		1.2 Наличие фирменного стиля в оформлении обложки, миниатюры и разделов	0-1
		1.3 В сообществе присутствует и корректно настроено меню, подключены и работают приложения	0-1
		1.4 В сообществе присутствуют, ведутся и содержат релевантные данные разделы: «Обсуждения», «Фотоальбомы», «Статьи», «Видеозаписи», «Аудиозаписи», «Мероприятия»,	0-2
2	Разнообразие контента с учетом интересов потенциальных подписчиков	2.1 Контент по содержанию публикаций направлен на вовлечение потенциальных подписчиков разных групп: – обучающихся, – родителей (законных представителей), – партнеров	0-3
3	Регулярность и своевременность обновлений контента	3.1 Публикации, содержащие информацию, привязанную ко времени (временному промежутку), размещаются своевременно	0-1
		3.2 В сообществе нет длительных – более 3 дней – простоев в плане размещения контента	0-1
4	Активность и вовлеченность подписчиков	4.2 Общее количество подписчиков от числа контингента образовательной организации (% подписчиков от контингента на 01.09.2021 г.)	10 %-30 % – 0,5 31%-49% – 1 50%-70 % – 3 71%-100% – 4 Более 100 % – 5

		4.3 Среднее число просмотров публикаций (рассчитывается для последних 10 записей месяца: сумма количества просмотров / общее кол-во подписчиков * 100%)	10 %-20 % – 0,5 21%- 50% – 1 51%-70 % – 2 70%-100% – 3
		4.4 Средний уровень вовлеченности подписчиков (рассчитывается для последних 10 записей месяца: кол-во отметок «Нравится» + кол-во комментариев + кол-во репостов) / общее кол-во подписчиков * 100%)	Менее 0,1% – 0 0,1%-0,2% – 1 0,3%-0,5% – 2
5	Качество публикаций	5.1 Процент собственного контента организации (рассчитывается от общего количества публикаций)	10 %-20 % – 0,5 21%-50% – 1 51%-70 % – 2 70%-100% – 3
		5.2 Качество текстового материала в сообществе: – разделение текста на абзацы, – грамотность (отсутствие орфографических, пунктуационных, грамматических, речевых и других ошибок), – творческий подход и индивидуальный стиль в подаче материала, – использование внутренних и внешних хештегов для публикаций	0-4
		5.3 Качество графических и фотоматериалов к публикациям: – смысловое соответствие информации, – оригинальность и творческий подход, – качество фотографий	0-3
6	Интерактивная коммуникация	6.1 В сообществе: – созданы тематические беседы, – проводятся прямые эфиры, – проводятся опросы, голосования – сторис	0-3

7	Образовательный и воспитательный потенциал площадки	<p>7.1 В сообществе присутствует информация, содействующая образовательному процессу обучающихся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – объявления информационного характера, – ссылки на образовательные ресурсы, – правила, памятки, инструкции, статьи, связанные с образовательным процессом, – видеоролики с полезными для студентов советами и рекомендациями, – аудиозаписи и подкасты 	0-4
		<p>7.2 В сообществе присутствует информация по различным направлениям воспитательной работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – гражданско-патриотическое воспитание, – профессионально-ориентирующее направление, – спортивное и здоровьесориентирующее направление, – экологическое направление, – студенческое самоуправление, – культурно-творческое направление, – бизнес-ориентирующее направление, – профилактика деструктивных проявлений, – безопасность жизнедеятельности, – другое 	0-8
		<p>7.3 Создание условий для участия обучающихся в мероприятиях разного уровня:</p> <ul style="list-style-type: none"> – информирование о возможности участия в мероприятиях разного уровня, – сопровождение участников 	0-2
8		8.1 Комментарии включены	0-1

	Открытость, доступность и культура коммуникации	8.2 Присутствуют активные ссылки на контакты администраторов сообщества	0-1
		8.3 Поведение подписчиков, гостей и руководителей сообщества регламентировано составленными и размещенными правилами	0-1
		8.4 В сообществе включена функция "Сообщения"	0-1
		8.5 Руководители сообщества тактично общаются с подписчиками и гостями через комментарии: отвечают на вопросы, предлагают высказать мнение и др.	0-1
9	Единство информационного пространства	9.1 В сообществе разными способами поддерживается тесная связь с официальным сайтом	0-1
		9.2 В сообществе размещена информация о других информационных ресурсах образовательной организации	0-1
Максимальное количество:			58

Приложение 2
к Положению о Конкурсе «Механика контента»

Критерии оценивания блога в социальной сети Instagram:

№	Наименование критерия	Содержание показателей	Кол-во баллов
1	Общее оформление	1.1 Присутствует основная информация об образовательной организации: миниатюра, название, категория, описание, веб-сайт, географический адрес, адрес электронной почты, номер контактного телефона	0-1
		1.2 Наличие фирменного стиля в оформлении миниатюры и раздела «Актуальное»	0-1
2	Разнообразие контента с учетом интересов потенциальных подписчиков	2.1 Контент по содержанию публикаций направлен на вовлечение потенциальных подписчиков разных групп: – обучающихся, – родителей (законных представителей), – партнеров	0-3
3	Регулярность и своевременность обновлений контента	3.1 Публикации, содержащие информацию, привязанную ко времени (временному промежутку), размещаются своевременно	0-1
		3.2 В сообществе нет длительных – более 3 дней – простоев в плане размещения контента	0-1
4	Активность и вовлеченность подписчиков	4.1 Среднее число просмотров публикаций (рассчитывается для последних 10 записей месяца: сумма количества просмотров / общее кол-во подписчиков * 100%)	10 %-20 % – 0,5 21%- 50% – 1 51%-70 % – 2 70%-100% – 3
		4.2 Средний уровень вовлеченности подписчиков (рассчитывается для последних 10 записей месяца: кол-во отметок «Нравится» + кол-во комментариев + кол-во репостов) / общее кол-во подписчиков * 100%)	Менее 0,1% – 0 0,1%-0,2% – 1 0,3%-0,5% – 2

5	Качество публикаций	5.1 Процент собственного контента организации (рассчитывается от общего количества публикаций)	10 %-20 % – 0,5 21%-50% – 1 51%-70 % – 2 70%-100% – 3
		5.2 Качество текстового материала в сообществе: – разделение текста на абзацы, – грамотность (отсутствие орфографических, пунктуационных, грамматических, речевых и других ошибок), – творческий подход и индивидуальный стиль в подаче материала, – использование внутренних и внешних хештегов для публикаций	0-4
		5.3 Качество графических и фотоматериалов к публикациям: – смысловое соответствие информации, – оригинальность и творческий подход, – качество фотографий	0-3
6	Интерактивная коммуникация	6.1 В аккаунте проводятся прямые эфиры (контент план)	0-3
		Наличие Stories на момент проверки	0-1
7	Образовательный и воспитательный потенциал площадки	7.1 В аккаунте присутствует информация, содействующая образовательному процессу обучающихся: – объявления информационного характера, – ссылки на образовательные ресурсы, – правила, памятки, инструкции, статьи, связанные с образовательным процессом, – видеоролики с полезными для обучающихся советами и рекомендациями	0-4

		<p>7.2 В сообществе присутствует информация по различным направлениям воспитательной работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – гражданско-патриотическое воспитание, – профессионально-ориентирующее направление, – спортивное и здоровьесориентирующее направление, – экологическое направление, – студенческое самоуправление, – культурно-творческое направление, – бизнес-ориентирующее направление, – профилактика деструктивных проявлений, – безопасность жизнедеятельности, – другое 	0-8
		<p>7.3 Создание условий для участия обучающихся в мероприятиях разного уровня:</p> <ul style="list-style-type: none"> – информирование о возможности участия в мероприятиях разного уровня, – сопровождение участников 	0-2
8	Открытость, доступность и культура коммуникации	8.3 Поведение подписчиков, гостей и руководителей сообщества регламентировано составленными и размещенными правилами	0-1
		8.5 Руководители сообщества тактично общаются с подписчиками и гостями через комментарии: отвечают на вопросы, предлагают высказать мнение и др.	0-1
9	Единство информационного пространства	9.1 В сообществе разными способами поддерживается тесная связь с официальным сайтом	0-1
		9.2 В сообществе размещена информация о других информационных ресурсах образовательной организации	0-1
Максимальное количество:			58

к Положению о Конкурсе «Механика контента»

Контент-план

День недели	Дата	Время выхода поста	Тип контента	Формат	Тема и краткое описание	Ссылка на пост
Понедельник						
Вторник						
Среда						
Четверг						
Пятница						
Суббота						
Воскресенье						

ЛИСТ САМОМОНИТОРИНГА
участника конкурсе «Механика контента»
для страниц «ВКонтакте»

Критерии оценки страницы во «ВКонтакте»:

№	Наименование критерия	Содержание показателей	Кол-во баллов	Оценка
1	Общее оформление	1.1 Присутствует основная информация об образовательной организации: название, контактные данные, краткая история основания, миниатюра, обложка, статус	0-1	
		1.2 Наличие фирменного стиля в оформлении обложки, миниатюры и разделов	0-1	
		1.3 В сообществе присутствует и корректно настроено меню, подключены и работают приложения	0-1	
		1.4 В сообществе присутствуют, ведутся и содержат релевантные данные разделы: «Обсуждения», «Фотоальбомы», «Статьи», «Видеозаписи», «Аудиозаписи», «Мероприятия»	0-2	
2	Разнообразие контента с учетом интересов потенциальных подписчиков	2.1 Контент по содержанию публикаций направлен на вовлечение потенциальных подписчиков разных групп: – обучающихся, – родителей (законных представителей), – партнеров	0-3	
3	Регулярность и своевременность обновлений контента	3.1 Публикации, содержащие информацию, привязанную ко времени (временному промежутку), размещаются своевременно	0-1	

		3.2 В сообществе нет длительных – более 3 дней – простоев в плане размещения контента	0-1	
4	Активность и вовлеченность подписчиков	4.2 Общее количество подписчиков от числа контингента образовательной организации (% подписчиков от контингента на 01.09.2021 г.)	10 %-30 % – 0,5 31%-49% – 1 50%-70 % – 3 71%-100% – 4 Более 100 % – 5	
		4.3 Среднее число просмотров публикаций (рассчитывается для последних 10 записей месяца: сумма количества просмотров / общее кол-во подписчиков * 100%)	10 %-20 % – 0,5 21%- 50% – 1 51%-70 % – 2 70%-100% – 3	
		4.4 Средний уровень вовлеченности подписчиков (рассчитывается для последних 10 записей месяца: кол-во отметок «Нравится» + кол-во комментариев + кол-во репостов) / общее кол-во подписчиков * 100%)	Менее 0,1% – 0 0,1%-0,2% – 1 0,3%-0,5% – 2	
5	Качество публикаций	5.1 Процент собственного контента организации (рассчитывается от общего количества публикаций)	10 %-20 % – 0,5 21%-50% – 1 51%-70 % – 2 70%-100% – 3	
		5.2 Качество текстового материала в сообществе: – разделение текста на абзацы, – грамотность (отсутствие орфографических, пунктуационных, грамматических, речевых и других ошибок), – творческий подход и индивидуальный стиль в подаче материала, – использование внутренних и внешних хештегов для публикаций	0-4	

		<p>5.3 Качество графических и фотоматериалов к публикациям:</p> <ul style="list-style-type: none"> – смысловое соответствие информации, – оригинальность и творческий подход, – качество фотографий 	0-3	
6	Интерактивная коммуникация	<p>6.1 В сообществе:</p> <ul style="list-style-type: none"> – созданы тематические беседы, – проводятся прямые эфиры, – проводятся опросы, голосования – сторис 	0-3	
7	Образовательный и воспитательный потенциал площадки	<p>7.1 В сообществе присутствует информация, содействующая образовательному процессу обучающихся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – объявления информационного характера, – ссылки на образовательные ресурсы, – правила, памятки, инструкции, статьи, связанные с образовательным процессом, – видеоролики с полезными для студентов советами и рекомендациями, – аудиозаписи и подкасты 	0-4	
		<p>7.2 В сообществе присутствует информация по различным направлениям воспитательной работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – гражданско-патриотическое воспитание, – профессионально-ориентирующее направление, – спортивное и здоровьесориентирующее направление, – экологическое направление, – студенческое самоуправление, – культурно-творческое направление, 	0-8	

		<ul style="list-style-type: none"> – бизнес-ориентирующее направление, – профилактика деструктивных проявлений, – безопасность жизнедеятельности, – другое 		
		<p>7.3 Создание условий для участия обучающихся в мероприятиях разного уровня:</p> <ul style="list-style-type: none"> – информирование о возможности участия в мероприятиях разного уровня, – сопровождение участников 	0-2	
8	Открытость, доступность и культура коммуникации	8.1 Комментарии включены	0-1	
		8.2 Присутствуют активные ссылки на контакты администраторов сообщества	0-1	
		8.3 Поведение подписчиков, гостей и руководителей сообщества регламентировано составленными и размещенными правилами	0-1	
		8.4 В сообществе включена функция "Сообщения"	0-1	
		8.5 Руководители сообщества тактично общаются с подписчиками и гостями через комментарии: отвечают на вопросы, предлагают высказать мнение и др.	0-1	
9	Единство информационного пространства	9.1 В сообществе разными способами поддерживается тесная связь с официальным сайтом	0-1	

	9.2 В сообществе размещена информация о других информационных ресурсах образовательной организации	0-1	
Максимальное количество:		58	

Приложение 5
к Положению о Конкурсе «Механика контента»

ЛИСТ САМОМОНИТОРИНГА
участника конкурса «Механика контента»
для страниц в социальной сети Instagram

Критерии оценки страницы в «Instagram»:

№	Наименование критерия	Содержание показателей	Кол-во баллов	Оценка
1	Общее оформление	1.1 Присутствует основная информация об образовательной организации: миниатюра, название, категория, описание, веб-сайт, географический адрес, адрес электронной почты, номер контактного телефона	0-1	
		1.2 Наличие фирменного стиля в оформлении миниатюры и раздела «Актуальное»	0-1	
2	Разнообразие контента с учетом интересов потенциальных подписчиков	2.1 Контент по содержанию публикаций направлен на вовлечение потенциальных подписчиков разных групп: – родителей (законных представителей), – партнеров	0-3	
3	Регулярность и своевременность обновлений контента	3.1 Публикации, содержащие информацию, привязанную ко времени (временному промежутку), размещаются своевременно	0-1	
		3.2 В сообществе нет длительных – более 3 дней – простоев в плане размещения контента	0-1	
4	Активность и вовлеченность подписчиков	4.1 Среднее число просмотров публикаций (рассчитывается для последних 10 записей месяца: сумма количества просмотров / общее кол-во подписчиков * 100%)	10 %-20 % – 0,5 21%- 50% – 1 51%-70 % – 2 70%-100% – 3	

		4.2 Средний уровень вовлеченности подписчиков (рассчитывается для последних 10 записей месяца: кол-во отметок «Нравится» + кол-во комментариев + кол-во репостов) / общее кол-во подписчиков * 100%)	Менее 0,1% – 0 0,1%-0,2% – 1 0,3%-0,5% – 2	
5	Качество публикаций	5.1 Процент собственного контента организации (рассчитывается от общего количества публикаций)	10 %-20 % – 0,5 21%-50% – 1 51%-70 % – 2 70%-100% – 3	
		5.2 Качество текстового материала в сообществе: – разделение текста на абзацы, – грамотность (отсутствие орфографических, пунктуационных, грамматических, речевых и других ошибок), – творческий подход и индивидуальный стиль в подаче материала, – использование внутренних и внешних хештегов для публикаций	0-4	
		5.3 Качество графических и фотоматериалов к публикациям: – смысловое соответствие информации, – оригинальность и творческий подход, – качество фотографий	0-3	
6	Интерактивная коммуникация	6.1 В аккаунте проводятся прямые эфиры (контент план)	0-3	
		Stories (на момент оценки конкурсного аккаунта)	0-1	

7	Образовательный и воспитательный потенциал площадки	<p>7.1 В аккаунте присутствует информация, содействующая образовательному процессу обучающихся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – объявления информационного характера, – ссылки на образовательные ресурсы, – правила, памятки, инструкции, статьи, связанные с образовательным процессом, – видеоролики с полезными для обучающихся советами и рекомендациями 	0-4	
		<p>7.2 В сообществе присутствует информация по различным направлениям воспитательной работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – гражданско-патриотическое воспитание, – профессионально-ориентирующее направление, – спортивное и здоровьесориентирующее направление, – экологическое направление, – студенческое самоуправление, – культурно-творческое направление, – бизнес-ориентирующее направление, – профилактика деструктивных проявлений, – безопасность жизнедеятельности, – другое 	0-8	
		<p>7.3 Создание условий для участия обучающихся в мероприятиях разного уровня:</p> <ul style="list-style-type: none"> – информирование о возможности участия в мероприятиях разного уровня, – сопровождение участников 	0-2	

8	Открытость, доступность и культура коммуникации	8.3 Поведение подписчиков, гостей и руководителей сообщества регламентировано составленными и размещенными правилами	0-1	
		8.5 Руководители сообщества тактично общаются с подписчиками и гостями через комментарии: отвечают на вопросы, предлагают высказать мнение и др.	0-1	
9	Единство информационного пространства	9.1 В сообществе разными способами поддерживается тесная связь с официальным сайтом	0-1	
		9.2 В сообществе размещена информация о других информационных ресурсах образовательной организации	0-1	
Максимальное количество:			58	