ПРИЛОЖЕНИЕ 1

УТВЕРЖДЕНО
приказом ФГБОУ ВО ВолгГМУ
Минздрава России

от 03.11.2026 № 2277-КО

РЕГЛАМЕНТ
маркетингового сопровождения Проектным офисом
деятельности структурных подразделений
ФГБОУ ВО ВолгГМУ Минздрава России

АСЭД ИД - 114404

Оглавление

1. Общие положения 3
2. Зоны ответственности и роли 5
3. Контент-политика 5
4. Порядок подготовки и согласования публикаций 6
5. Показатели эффективности и отчетность 7
6. Кризис-менеджмент 7
7. Заключительные положения 8

АСЭД ИД - 114404

1.Общие положения

1.1. Настоящий Регламент определяет порядок организации и осуществления маркетингового сопровождения Проектным офисом (далее – Проектный офис или ПО) деятельности структурных подразделений федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Волгоградский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации (далее – ФГБОУ ВО ВолгГМУ Минздрава России) в цифровых каналах коммуникации.

1.2. Регламент разработан в соответствии со следующими нормативными правовыми актами и локальными актами в их актуальных редакциях:

Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

Федеральным законом от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»;

уставом ФГБОУ ВО ВолгГМУ Минздрава России;

положением о Проектном офисе ФГБОУ ВО ВолгГМУ Минздрава России.

1.3. Регламент регулирует отношения между маркетинговой группой Проектного офиса (далее – Маркетинговая группа) и иными структурными подразделениями ФГБОУ ВО ВолгГМУ Минздрава России в части:

ведения сообществ в социальной сети «ВКонтакте»: «Проектный офис ВолгГМУ», «СКДЦ ВолгГМУ», «Центр ветеринарии», «Мерч ВолгГМУ», «ФОК «ВОЛГОМЕД», «Фабрика знаний ВолгГМУ»;

ведения канала на цифровой платформе «MAX»: «СКДЦ ВолгГМУ»;

ведения канала в мессенджере «Telegram»: «Фабрика знаний ВолгГМУ»;

публикации материалов в корпоративном канале «Пульс» (Яндекс 360);

подготовки рассылок для обучающихся на цифровой платформе MAX через сервис «Администрирование»;

ведения профиля ВолгГМУ в «Яндекс.Бизнес»;

ведения профиля СКДЦ в «ПроДокторов», «НаПоправку»;

публикации информационных материалов на официальном сайте ФГБОУ ВО ВолгГМУ Минздрава России в блоках «База знаний»;

подготовки макетов печатной поздравительной продукции (открытки, поздравительные адреса и др.);

подготовки макетов для печати календаря ФГБОУ ВО ВолгГМУ Минздрава России;

подготовки графического материала и публикация на электронных афишах, в сториз на платформе Курсориум;

информационного сопровождения мероприятий, грантов и конкурсов через курируемые площадки.

1.4. Цель маркетингового сопровождения: повышение эффективности

АСЭД ИД - 114404

цифровых коммуникаций ФГБОУ ВО ВолгГМУ Минздрава России по следующим направлениям:

1.4.1. Образовательное и проектное направление:

информирование студентов о возможностях на сайте, новых сервисов и электронных услуг;

стимулирование участия в грантовых конкурсах и проектной деятельности;

продвижение курсов ДПО и программ Учебного центра «Фабрика знаний».

1.4.2. Медицинское направление:

информирование пациентов об услугах СКДЦ ВолгГМУ и Центра ветеринарии ВолгГМУ;

формирование доверия к медицинским услугам ФГБОУ ВО ВолгГМУ Минздрава России;

работа с отзывами на внешних площадках (ПроДокторов, НаПоправку, Яндекс.Карты).

1.4.3. Спортивно-оздоровительное направление:

продвижение услуг ФОК «ВОЛГОМЕД»;

популяризация здорового образа жизни среди студентов и сотрудников.

1.4.4. Корпоративное направление:

информирование сотрудников и преподавателей через Пульс (Яндекс 360), сториз на платформе Курсориум;

оперативные рассылки для обучающихся через MAX («Администрирование»).

1.4.5. Имиджевое направление:

формирование и поддержание положительного имиджа ФГБОУ ВО ВолгГМУ Минздрава России;

продвижение Мерча ФГБОУ ВО ВолгГМУ Минздрава России как элемента корпоративной культуры.

1.5. Задачи маркетингового сопровождения:

регулярное и качественное наполнение каналов, сообществ, профилей, указанных в п.1.3 настоящего Регламента;

формирование позитивного имиджа ФГБОУ ВО ВолгГМУ Минздрава России как точки входа в экосистему вуза;

формирование позитивного имиджа Проектного офиса как точки входа в проектную экосистему вуза;

увеличение охватов, вовлеченности и числа участников каналов и сообществ, указанных в п.1.3 настоящего Регламента;

обеспечение достоверности и своевременности публикуемой информации.

1.6. Разграничение ответственности в соответствии с п. 3.6 Положения о Проектном офисе: Проектный офис отвечает за форму (текст, визуал, тайминг, охваты), за содержание (факты, даты, условия, экспертиза). Проектный офис также осуществляет координирующую, информационную

и консультационную поддержку деятельности проектных групп (п. 3.6 Положения о Проектном офисе).

2. Зоны ответственности и роли

2.1. Участники процесса маркетингового сопровождения от Проектного офиса:

№	Должность	Специализация
1	Руководитель Проектного офиса	Руководство направлением Смежная специализация: SMM
2	Специалист по маркетингу	SMM, копирайтинг Смежная специализация: актуализация данных сервисов
3	Специалист по интернет-маркетингу	Интернет-маркетинг. Смежная специализация: SMM
4	Делопроизводитель	Дизайн. Смежная специализация: SMM

2.2. За каждым каналом закрепляется ответственный сотрудник. Матрица ответственности утверждается приложением 2 к настоящему Регламенту и обновляется по мере необходимости.

2.3. Принцип дублирования ответственности:

Поскольку ряд площадок ведется несколькими сотрудниками, устанавливается следующий порядок:

куратор площадки несет персональную ответственность за своевременность и качество публикаций;

соисполнители выполняют отдельные функции (дизайн, тексты, рассылки);

контроль осуществляет руководитель Проектного офиса (далее – Руководитель ПО).

3. Контент-политика

3.1. Основные рубрики по площадкам, указанным в п 1.3 настоящего Регламента:

Площадка	Тип контента	Периодичность	Согласующий
ВК: Проектный офис	Гранты, конкурсы, истории успеха, проектные рубрики	2 поста/нед.	Руководитель ПО
ВК: СКДЦ	Услуги стоматологии, научно-познавательный контент, отзывы	2 поста/нед.+ 2 клипа/мес.	Руководитель ПО, главный врач клиники
ВК: Центр ветеринарии	Услуги, клинические случаи, экспертный контент	2 поста/нед. + 1 клипа/мес.	Руководитель ПО, Главный врач клиники
ВК: Мерч	Студенческие коллаборации, конкурсы, трендовые клипы	2 поста/нед. + 2 клипа/мес.	Руководитель ПО

АСЭД ИД - 114404

ВК: ФОК «ВОЛГОМЕД»	Расписание, тренировки, ЗОЖ, сотрудники	2 поста/нед. + 1 клип/нед.	Руководитель ПО, директор ФОК
ВК: Фабрика знаний	Курсы ДПО, расписание циклов, отзывы	1 пост/нед.	Руководитель ПО, руководитель «Фабрика знаний»
MAX: СКДЦ	Оперативные уведомления, запись, акции	2 поста/нед. + 2 клипа/мес.	Руководитель ПО, главный врач клиники
Telegram: Фабрика знаний	Анонсы курсов, дедлайны, полезные материалы	1 пост/нед.	Руководитель ПО, руководитель «Фабрика знаний»
Пульс (Яндекс 360)	Достижения, внутренние новости	1 пост/нед.	Руководитель ПО, Начальник УИР
MAX: Администрирование	Общевузовские рассылки для студентов	1 пост/нед. + срочные	Руководитель ПО, начальник УИР

3.2. Требования к контенту:

достоверность фактов, дат, сумм грантов и условий участия;

использование фирменных цветов и шрифтов ФГБОУ ВО ВолгГМУ Минздрава России;

для историй успеха – обязательное согласие героя публикации.

3.3. Особые условия для медицинских сообществ (СКДЦ ВолгГМУ, Центр ветеринарии ВолгГМУ):

запрет на публикацию материалов «до/после» без письменного согласия пациента;

запрет на обещания «100% излечения»;

обязательная ссылка на лицензию при подготовке банеров для наружной рекламы об услугах.

3.4. Стилистика (tone of voice):

для студенческих сообществ (Проектный офис, Мерч, ФОК) – живой, неформальный, допустимы мемы и тренды;

для медицинских сообществ (СКДЦ, Ветеринария) – научно-познавательный, уважительный, без сленга;

для образовательных (Фабрика знаний) – официально-деловой, акцент на пользе и расписании;

для корпоративных (Пульс) – уважительный, дружелюбный, без сленга и мемов.

4. Порядок подготовки и согласования публикаций

4.1. Контент-план ведется на корпоративном Яндекс.диске. Горизонт планирования – 1 месяц. Утверждается до 25-го числа предыдущего месяца руководителем Проектного офиса.

4.2. Сроки согласования:

Тип контента	Кто готовит	Кто согласует	Срок
Анонс гранта (ПО)	Куратор площадки	Руководитель ПО	2 дня

АСЭД ИД - 114404

Пост о услугах клиники (СКДЦ, Ветеринария)	Куратор площадки	Руководитель ПО, главный врач клиники	2 дня
История успеха (ПО, Мерч)	Куратор площадки	Герой → Руководитель ПО	3 дня
Пост о курсах (Фабрика знаний)	Куратор площадки	Руководитель ПО, руководитель «Фабрики знаний»	2 дня
Срочная новость (любая площадка)	Куратор площадки	Руководитель ПО	2 часа
Рассылка MAX (Администрирование)	Куратор площадки	Руководитель ПО	1 день
Клип	Куратор площадки	Руководитель ПО	2 дня

4.3. Частота публикаций согласно таблице п. 3.1 настоящего Регламента.

4.4. Работа с комментариями: время ответа – не более 8 часов в рабочее время. Негативные комментарии удаляются только по согласованию с руководителем Проектного офиса.

5. Показатели эффективности и отчетность

5.1. Ключевые показатели эффективности (KPI):

Показатель	Целевое значение	Ответственный
Охват контента (по каждой площадке)	+5% к предыдущему кварталу	Куратор площадки
Новые подписчики (по каждой площадке)	+3% к предыдущему кварталу	Куратор площадки
Вовлеченность (лайки, комментарии)	+10%	Куратор площадки
Переходы на сайт/ внутренние сервисы	не менее 50 в месяц	Куратор площадки

5.2. Отчетность:

ежемесячно: куратор площадки сдает отчет руководителю ПО;

ежеквартально: полный отчет в формате PPTX, руководитель ПО сдает отчет курирующему проректору;

ежегодно: анализ эффективности и корректировка маркетинговой стратегии.

6. Кризис-менеджмент

6.1. Кризисными ситуациями признаются:

негативные комментарии под постом;

негативный отзыв о враче или медицинской услуге;

технический сбой при публикации;

утечка персональных данных участников.

6.2. Алгоритм действий при кризисе:

немедленно уведомить руководителя ПО;

не удалять комментарии без команды;

официальный ответ готовится только Проектным офисом по согласованию с другими службами университета и руководства.

АСЭД ИД - 114404

7. Заключительные положения

7.1. Изменения в настоящий Регламент вносятся по мере необходимости на основании служебных записок, выписок из протоколов заседаний или предложений заинтересованных сторон.

7.2. Регламент вступает в силу с момента утверждения приказом и действует до его отмены или замены новой редакцией.

7.3. Ознакомление участников процесса с настоящим Регламентом проводится не позднее чем за 3 рабочих дня до начала его действия.

АСЭД ИД - 114404