МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИНФОРМАЦИОННОМУ СОПРОВОЖДЕНИЮ СЕРВИСА «ПОСТУПЛЕНИЕ В ВУЗ ОНЛАЙН»

1. Общие положения

1.1. Информационное сопровождение является неотъемлемой частью деятельности государственных образовательных и научных организаций.

1.2. Цель настоящих методических рекомендаций (далее — Методические рекомендации) — повышение эффективности информационной работы организаций по информированию населения о возможностях **сервиса «Поступление в вуз онлайн»**.

1.3. Методические рекомендации предназначены для руководителей, специалистов по связям с общественностью, пресс-секретарей, руководителей и сотрудников пресс-служб или служб внешних связей и коммуникаций образовательных и научных организаций.

Методические рекомендации базируются на следующих законодательных и правовых актах, учитывающих в том числе право граждан на получение информации о деятельности государственных органов, организаций и предприятий:

- Указ Президента Российской Федерации от 31 декабря 1993 г. № 2334 «О дополнительных гарантиях прав граждан на информацию»;
- Федеральным закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»;
- Федеральный закон от 9 февраля 2009 г. № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления»;
- Федеральным законом 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 статью 10 Федерального закона «Об обеспечении доступа к информации о деятельности судов в Российской Федерации»;
- Федеральный закон от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ (ред. от 8 августа 2024 г.) «О науке и государственной научно-технической политике».

1.4. Основные понятия, используемые в Методических рекомендациях.

- **Сервис «Поступление в вуз онлайн»** (далее – Сервис) – это государственный сервис, который помогает абитуриентам подать документы о приеме в образовательные и научные организации в электронном виде. Сервис находится по адресу https://www.gosuslugi.ru/vuzonline. В рамках приемной кампании 2025/26 учебного года в Сервисе участвуют все образовательные и научные организации и их филиалы, в том числе расположенные на новых территориях и территориях иностранных государств. При этом внесение условий приема в Сервис осуществляется по всем уровням высшего образования, а прием через портал Госуслуг осуществляется дополнительно по программам магистратуры, специализированного высшего и аспирантуры. Кроме того, вузы и научные организации смогут принимать заявления по программам среднего профессионального образования (СПО) с использованием Сервиса.

  Основными изменениями функционала стали:

  – расширение уровней образования;
  – оптимизация систем с учетом изменений порядка приема;
  – переход от подачи оригиналов к подаче согласия на зачисление,
  – формирование списка лиц, подавших документы, на стороне Сервиса приема;
  – публикация конкурсных списков в открытом доступе (без авторизации);
  – обязательность указания образовательной программы при формировании конкурсов.

- **Информационное сопровождени**е – это комплекс организационных, технических, редакторских и других мероприятий, направленных на своевременное, объективное, беспристрастное и достоверное отражение результатов деятельности, а также наиболее значимых событий организаций.
- **Медийная активность (или медиаактивность)** – распространение подготовленной информации через различные медиаканалы (телевидение, радио, печатные и цифровые СМИ, социальные сети).
- **Контент** – любая информация, которую можно прочитать, прослушать или просмотреть.
- **СМИ** – средства массовой информации: печатные издания, сетевые издания, радиоканалы, телеканалы, другие формы распространения массовой информации, подпадающие под действие закона «О средствах массовой информации».
- **СММ-ресурсы (SMM – Social Mass Media)** – социальные медиа, виды массовой коммуникации посредством интернета: сайты, социальные сети, мессенджеры, контентные и блог-платформы, видео-хостинги, мобильные приложения.
- **Инфоповод** – это факт или событие, представляющее интерес для широкой аудитории, которые могут служить поводом для публикации в СМИ или СММ.
- **Пресс-релиз (релиз)** – официальное сообщение, передаваемое для распространения в СМИ или СММ.
- **Рекламная кампания** – это комплекс мероприятий, объединённых одной идеей и направленных на достижение поставленных целей, например, привлечения целевой аудитории, повышения узнаваемости и так далее.
- **Таймлайн** – это временная шкала, визуальное представление событий в хронологическом порядке.

2. Основные принципы организации пресс-службы организации

2.1. Ответственным за информационное сопровождение в организации может быть как отдельный сотрудник (пресс-секретарь, специалист по связям с общественностью и т.д.), так и целое подразделение (пресс-служба, отдел внешних коммуникаций и связей с общественностью и т.д.). В любом случае необходимо придерживаться принципа «одного окна», когда все контакты с журналистами или другими потребителями информации выстраиваются через одного человека или подразделение (далее — **пресс-служба**).

2.2. Пресс-служба выполняет роль связующего звена между руководством и сотрудниками организации, с одной стороны, и общественностью, и СМИ — с другой. Сведения, предоставляемые пресс-службой (так же, как и информация, исходящая от руководства организации), считаются официальными. Поэтому все данные, содержащиеся в пресс-релизах и других документах, составляемых и распространяемых пресс-службой, должны быть тщательно проверены и согласованы с руководством и ключевыми фигурами, упоминаемыми в сообщении.

2.3. Основные процессы, которые использует пресс-служба в информационной работе:

- ведение сайта организации, ее страниц в соцсетях, блогов на соответствующих платформах (например, «Дзен») и каналов в мессенджерах;
- продвижение информационного контента в интернете, соцсетях, блогах и каналах партнеров;
- взаимодействие со СМИ;
- участие в мероприятиях (конференциях, форумах и т.д.) и организация собственных мероприятий.

2.4. В соответствии с Федеральным законом от 14 июля 2022 г. № 270-ФЗ государственные организации и подведомственные им организации должны создавать и вести официальные страницы в социальных сетях, список которых утверждает

Правительство Российской Федерации. На сегодняшний день в качестве таких социальных сетей определены «ВКонтакте» (vk.com) и «Одноклассники» (ok.ru).

2.5. Продвижением созданного информационного контента организации могут заниматься самостоятельно, либо пользоваться для этого услугами партнеров.

3. Цели и задачи рекламной кампании Сервиса

3.1. Главными целями рекламной кампании Сервиса являются:

- повышение осведомленности абитуриентов и их родителей о возможности подачи документов в вузы через портал Госуслуг посредством Сервиса*
- донесение возможностей Сервиса до общественности;
- формирование позитивного и доверительного отношения общества к возможностям Сервиса;
- увеличение доли абитуриентов (числа заявок), поступающих с помощью Сервиса (через Единый портал государственных услуг (ЕПГУ).

3.2. Задачи информационного сопровождения связаны с созданием и продвижением контента, способствующего достижению обозначенных целей. Важнейшим инструментом решения этих задач является медийная активность.

4. Целевая аудитория

4.1. Целевой аудиторией информационной кампании являются:

Основная:

- ученики старших классов (10-11 классы), выпускники общеобразовательных организаций (школ);
- потенциальные абитуриенты, планирующие поступление в высшие учебные заведения.

Второстепенная (заинтересованные лица):

- родители (законные представители) абитуриентов;
- педагогические работники общеобразовательных организаций (учителя-предметники, классные руководители);

5. Основные каналы распространения информации

5.1. Организации могут сообщать о возможностях Сервиса через следующие каналы коммуникаций:

- Официальный сайт организации:
  - Раздел «Приемная комиссия»: создание отдельной страницы или блока с информацией о Сервисе с описанием преимуществ подачи документов через портал Госуслуг, а именно удобство, экономия времени, прозрачность процесса.
  - Обязательное наличие кликабельной кнопки «Госуслуги», обеспечивающей быстрый и удобный переход к подаче документов на портале Госуслуг. Для более выразительной визуализации дополнительно можно использовать кликабельные баннеры. Материалы для скачивания доступны по ссылке: https://clck.ru/3Mk5Mp.
- Социальные сети:
  - Постинг новостей: регулярные публикации в официальных аккаунтах вуза в социальных сетях. Особое внимание уделяется простоте и скорости подачи документов через Сервис. Форматы: посты (инструкции, советы, истории успеха, ответы на вопросы, отзывы студентов, конкуры и розыгрыши), сторис (анонсы, опросы, тесты), короткие видео-инструкции, подкасты. Также возможно использование готовых карточек-инструкций https://clck.ru/3MeL3M.

Обязательное использование призывов к действию и отслеживание комментариев.
  - Публикация статей, советов и рекомендаций для абитуриентов, использующих Сервис в социальных сетях у блогеров.
  - Таргетированная реклама: настройка рекламных кампаний в социальных сетях, направленных на потенциальных абитуриентов и их родителей (при возможности).
- Чат-боты в мессенджерах (VK Messenger и др.). Автоматическая рассылка информации о Сервисе, ответы на вопросы и помощь в процессе подачи документов.
- Сайты и социальные сети партнеров. Размещение информации о Сервисе на партнерских ресурсах.
- Участие в теле- и радиопередачах: выступления представителей вуза в качестве экспертов по вопросам онлайн-поступления и преимуществ Сервиса.
- Школьные порталы и сайты: публикация информации о Сервисе на сайтах школ и других образовательных учреждений.
- Прямые эфиры и вебинары: проведение онлайн-встреч с абитуриентами и родителями, где подробно рассказывается о процессе поступления через Сервис.
- Поисковая реклама (Яндекс.Директ):
  - Ключевые слова: «поступление в вуз онлайн», «подать документы через Госуслуги».
  - Ретаргетинг для пользователей, посетивших сайт Сервиса.
- Видео-платформы (RuTube):
  - Форматы: прероллы и видеоролики с инструкциями.
  - Контент: презентационные ролики и отзывы студентов.
- Раздаточные информационные материалы:
  - Буклеты и брошюры: разработка печатной продукции с пошаговыми инструкциями по использованию Сервиса. Распространение среди абитуриентов на днях открытых дверей, школьных мероприятиях, информационных стойках, расположенных в ключевых местах университета (холлы, приемная комиссия), в партнерских организациях (школы, профориентационные центры), выездных мероприятиях (выставки, ярмарки образования), путем адресной рассылки по почте (по запросу). Макеты для скачивания доступны по ссылке: https://clck.ru/3Mk5Mp.
- Видеоинструкции:
  - Создание коротких видеороликов, объясняющих процесс подачи документов через Сервис. Размещение на сайте вуза (на странице Сервиса, в разделе «Приемная комиссия»), в социальных сетях, мессенджерах и видеохостиннгах (VK, Rutube и др.), на информационных экранах, расположенных в вузе (медиафасад, если имеется). Также можно воспользоваться готовыми видео, которые доступны для скачивания по ссылке: https://clck.ru/3Mk5Mp.
- Информационные стойки/стенды:
  - Разработка дизайна и изготовление информационных стоек/стендов с привлекательной визуализацией Сервиса, инструкциями по использованию и QR-кодами для быстрого перехода на сайт вуза и портал Госуслуг. Размещение стоек/стендов в местах с высокой проходимостью (вестибюли, холлы, приемная комиссия).
- Мероприятия:
  - Дни открытых дверей: организация специальных сессий, посвященных подаче документов через Сервис. Демонстрация работы портала Госуслуг на практике.
  - Профориентационные мероприятия в школах и колледжах. Проведение выездных презентаций и мастер-классов в школах и колледжах с демонстрацией работы Сервиса и ответами на вопросы учащихся.

- Мастер-классы: проведение мастер-классов для школьников и студентов колледжей, где демонстрируется работа с порталом Госуслуг и Сервисом.
- Другими доступными способами.

5.2. Выбор канала продвижения определяет формат, который необходимо учитывать при подготовке контента. Наиболее распространенные форматы информационных сообщений — новость, лонгрид, обзорная статья, аналитическая статья, интервью, репортаж, доклад, видео- и аудиосюжеты (подкасты), посты в соцсетях и прочих социальных медиа.

6. Таймлайн рекламной кампании

6.1. Подготовительный этап (1 месяц):

- Разработка контента (видео, посты).
- Настройка рекламных кампаний в социальных сетях и поисковых системах.

6.2. Запуск кампании (1 месяц до начала периода подачи документов, май (июнь) 2025 года):

- Активное продвижение на всех платформах.
- Проведение мероприятий в школах.

Старт приемной кампании: 20 июня 2025 года

6.3. Пик рекламной кампании (период подачи документов):

- Увеличение частоты публикаций.
- Проведение прямых эфиров с ответами на вопросы абитуриентов.

6.4. Завершение рекламной кампании (после окончания периода подачи документов):

- Подведение итогов.

7. Рекомендации для школ по информированию школьников и родителей о возможностях Сервиса

7.1. Цель – обучение старшеклассников и их родителей практическим навыкам использования Сервиса.

7.2. Сценарий

- Порядок информирования:
  - Классный руководитель через классный и общий родительский чаты рассылает информацию о Сервисе, раскрывая его преимущества по сравнению с традиционной подачей документов. При этом демонстрирует статистику, подтверждающую популярность сервиса среди абитуриентов.
  - В тех же чатах классный руководитель направляет видеоматериалы для просмотра. Ученики получают доступ к подготовленным видеороликам, наглядно показывающим процесс регистрации на портале Госуслуг и подачи документов через Сервис.
  - Обсуждение. Родители и ученики в чатах могут задать классному руководителю интересующие их вопросы о Сервисе и получить дополнительную информацию.
- Материалы:
  - Материалы для использования в рамках информирования школьников и родителей доступны для скачивания по ссылке: https://clck.ru/3Mk5Mp.

8. Справочная информация о Сервисе

8.1. **Сервис «Поступление в вуз онлайн»** – это сервис, разработанный Минобрнауки России, Минцифры России, Рособрнадзором и доступный на портале «Госуслуги». Он позволяет абитуриентам подавать документы в образовательные и научные организации без личного посещения. Абитуриент может подать заявление на бюджетное (в том числе целевое) и платное обучение, очную, очно-заочную и заочную формы, на программы бакалавриата, специалитета, в том числе на программы шести вузов-участников пилотного проекта по обновлению системы высшего образования. С 2025 года функционал Сервиса расширился и появилась возможность подачи заявления на программы магистратуры и аспирантуры. Найти заказчика для поступления на целевое обучение с 2024 года можно на портале «Работа в России» (https://trudvsem.ru/information-pages/target-education).

Чтобы подать документы через Сервис, нужно завести и подтвердить учетную запись на портале «Госуслуги». После этого необходимо заполнить заявление, для бакалавриата и специалитета выбрать не более 5 вузов и 5 направлений в каждом (конкурсных групп может быть больше), для магистратуры и аспирантуры таких ограничений нет, отправить заявление и записаться на вступительные экзамены, если требуется. Отметим, что запись на вступительные экзамены по программам магистратуры и аспирантуры осуществляет образовательная или научная организация. По целевой квоте можно выбрать лишь 1 конкурс и 1 заказчика среди всех вузов. Абитуриенту предоставляется возможность до конца срока подачи документов изменить или отозвать заявление.

С более подробной информацией можно ознакомиться на сайте https://www.gosuslugi.ru/vuzonline

8.2. С целью повышения клиентоцентричности в рамках реализации сервиса «Поступление в вуз» федерального проекта «Государство для людей» реализован **сервис «Подбор вуза»,** который позволяет на едином источнике познакомиться с вузами, реализующими программы бакалавриата, специалитета и базового высшего образования, а также специальностями, на которые планируется прием. На 1 этапе можно подобрать специальности, в том числе по предметам ЕГЭ (не по результатам), ознакомиться со статистикой приема прошлого года. 19 мая 2025 года запланирован запуск 2 этапа сервиса, в рамках которого можно будет подобрать специальности и вузы по результатам ЕГЭ, в едином окне увидеть конкурсы по программам бакалавриата, специалитета и базового высшего образования 2025 года. До конца года планируется реализовать возможности подбора специальностей по всем уровням высшего образования.

Начиная с 20 июня на сервисе «Подбор вуза» будут публиковаться списки подавших заявления, а с 25 июля – конкурсные списки, что позволит абитуриентам отслеживать свою конкурсную ситуацию в едином формате в открытом доступе. Персональная ситуация абитуриента будет доступна в личном кабинете сервиса «Поступай в вуз онлайн».

Единый контактный центр Минобрнауки России для поступающих: 8 800 100-20-17.