Положение об организации и проведении ежегодной премии ММСО

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение определяет порядок организации и проведения ежегодной премии Московского международного Салона образования (далее — **Премия года ММСО, Премия**).
1.2. Премия года ММСО присуждается образовательным организациям, реализующим наиболее эффективные практики в области коммуникации с различными целевыми аудиториями посредством использования современных цифровых ресурсов.
1.3. Целями проведения Премии являются выявление и поощрение образовательных организаций, уделяющих особое внимание формированию своей миссии, ценностей и видения организации и выстраивающих на данной ценностной основе коммуникацию со всеми участниками образовательных отношений и заинтересованными сторонами.
1.4. Помимо основных номинаций, ежегодно академическая комиссия ММСО может определить дополнительные специальные номинации, отражающие актуальные тренды и потребности в сфере образования.
1.5. Номинации **Премии года ММСО**:
1.5.1. **«Школа года в цифре», «Колледж года в цифре», «Университет года в цифре»**
Номинации присуждаются образовательным организациям, которые ведут эффективную коммуникацию со всеми заинтересованными сторонами, используя цифровые ресурсы и каналы. Оценивается качество и информативность сайта организации, активность и вовлеченность аудитории в социальных сетях, а также интеграции со СМИ и другими информационными платформами. Особое внимание уделяется тому, как образовательная организация формирует и транслирует свою миссию, ценности и видение, выстраивая на этой основе диалог с учащимися/студентами, родителями, сотрудниками и партнерами.
1.5.2. **Специальная номинация «Образование для экономики будущего. Коллаборация года»**
Номинация призвана отметить наиболее яркие образовательные проекты, реализованные в партнерстве между учебными заведениями и бизнесом, которые предоставляют учащимся/студентам возможности для практического погружения в профессию, стажировок и реального знакомства с будущей профессиональной деятельностью.
1.5.3. **Специальная номинация «Навыки цифровой экономики в школе. Белгородская область».** Официальный партнер номинации — «Алгоритмика». Номинация проводится для всех общеобразовательных организаций Белгородской области, участвующих в проекте по созданию непрерывной системы развития навыков цифровой экономики. Его целями являются выявление и поддержка лучших практик внедрения проекта и инновационных подходов к обучению в сфере цифровых технологий.

Номинация премии направлена на:
1. стимулирование развития цифровых навыков: поддержку образовательных организаций, которые внедряют проект и развивают у учащихся навыки, необходимые для успешной работы в цифровой экономике;
2. создание сообщества: формирование сети образовательных учреждений, делящихся опытом и лучшими практиками в области внедрения проекта;
3. повышение качества образования: содействие улучшению образовательных программ и методов преподавания информатики в образовательных организациях региона;
4. привлечение внимания к важности создания непрерывной системы развития навыков цифровой экономики: освещение значимости развития цифровых навыков в контексте современного рынка труда и будущего профессионального развития учащихся;
5. поддержку инициатив: поощрение образовательных организаций за их вклад в создание непрерывной системы развития навыков, что позволит подготовить учащихся к вызовам цифровой экономики.

Эта премия является важным шагом к формированию поколения специалистов, способных адаптироваться к быстро меняющемуся миру технологий.

1.5.4. **Специальные номинации «Бренд года образовательной организации» и «Личный бренд года в образовании».**

Подноминации: **«Бренд года в дошкольном образовании», «Бренд года в школе», «Бренд года в колледже», «Бренд года в университете», «Бренд года в дополнительном образовании».**

Специальная номинация организована совместно с официальным партнером номинации «Брендобр» на основе методологии «Барометр Бренда 2.0».

Номинации присуждаются образовательным организациям, которые эффективно осуществляют все типы коммуникаций и используют визуальные материалы бренда образовательной организации. Оценивается качество образовательного продукта, включая показатели качества обучения. Оценивается использование бренда в маркетинге и управлении, в том числе как HR-бренда. Оценка присваивается по критериальной таблице «Барометр Бренда 2.0», адаптированной под стандарт ММСО. (Приложение 1).

Номинация **«Личный бренд года в образовании»** присуждается человеку, который своей деятельностью и проектами существенно меняет российское образование, а его профессионализм и экспертность вызывают безоговорочное уважение коллег.

1.5.5. Информация о сроках проведения Премии, требованиях к конкурсным работам, а также к форме подачи заявок ежегодно публикуется на официальном сайте ММСО не позднее 15 сентября.

2. Порядок выдвижения претендентов

2.1. Сроки проведения сбора заявок устанавливаются академической комиссией ММСО (Приложение 2).
2.2. Принять участие в Премии года ММСО можно двумя способами:
- самостоятельно подать заявку на участие в одной или нескольких номинациях;
- номинировать другую образовательную организацию, СМИ-публикацию, которые, на ваш взгляд, достойны победы.

2.3. На соискание Премии независимо от формы собственности могут быть выдвинуты следующие организации:
На номинации **«Школа года в цифре», «Колледж года в цифре», «Университет года в цифре»:**
а) общеобразовательные организации (школы, образовательные центры);
б) профессиональные образовательные организации, реализующие программы среднего профессионального образования;
в) образовательные организации высшего образования.
На номинацию **«Образование для экономики будущего. Коллаборация года»:**
а) дошкольные образовательные организации;
б) общеобразовательные организации (школы, образовательные центры);
в) профессиональные образовательные организации, реализующие программы среднего профессионального образования;
г) образовательные организации высшего образования;
д) организации, реализующие программы дополнительного образования детей.
На номинацию **«Навыки цифровой экономики в школе. Белгородская область»:**
а) образовательные организации (школы, образовательные центры) Белгородской области.
На номинацию **«Бренд года образовательной организации»:**
а) дошкольные образовательные организации;
б) общеобразовательные организации (школы, образовательные центры);
в) профессиональные образовательные организации, реализующие программы среднего профессионального образования;
г) образовательные организации высшего образования;
д) организации, реализующие программы дополнительного образования детей.
На номинацию **«Личный бренд года в образовании»:**
а) учителя;
б) методисты;
в) директора и управляющие образовательной организацией;
г) авторы образовательных проектов;
д) те, кто способствуют созданию положительного имиджа российского образования.

2.4. Списки номинантов публикуются на официальном сайте ММСО после получения их согласия на обработку персональных данных для целей выдвижения на соискание Премии и размещения информации.
2.5. Заявка должна содержать:

2.5.1. **сведения об образовательной организации-участнике:**
- полное наименование;
- контактные данные (адрес, телефон, e-mail);
- информацию о руководителе.

2.5.2. **сведения о номинации, в которой подается заявка:**
- название номинации.

2.5.3. **подтверждающие материалы:**
- ссылки на аккаунты в социальных сетях;
- скриншоты или ссылки на страницы сайта;
- ссылки на публикации в СМИ;
- на номинацию «Бренд образовательной организации» – брендбук или фирменный стиль.

2.5.4. **дополнительную информацию:**
- статистические показатели (охват аудитории, вовлеченность и т. д.);
- презентацию об организации.

3. Порядок голосования и определения победителей Премии

3.1. Процедура определения победителей Премии включает в себя несколько этапов.
3.1.1. **Формирование шорт-листов экспертным жюри**
Члены профессионального жюри, состоящего из ведущих специалистов в сфере образования и коммуникаций, рассматривают поступившие заявки и определяют финалистов в каждой номинации (шорт-листы).
3.1.2. **Открытое голосование на официальном сайте Премии**
На этом этапе любой посетитель сайта, зарегистрированный в системе ММСО, может проголосовать за понравившихся номинантов, вошедших в список финалистов.
3.1.3. **Определение победителей**
Итоговое решение о победителях принимается:
а) президиумом жюри, состоящим из экспертов, на основе шорт-листов, сформированных на предыдущем этапе;
б) по результатам открытого онлайн-голосования.
3.1.4. **Награждение победителей**
Победителями становятся образовательные организации, которых выбрало экспертное жюри, либо те, которые были представлены для онлайн-голосования и набрали наибольшее количество голосов.
3.2. Сроки, отведенные, для определения шорт-листов, открытого голосования и победителей Премии, ежегодно устанавливаются академической комиссией ММСО и публикуются на странице Премии (Приложение 2).
3.3. Составы жюри и президиума жюри формируются из ведущих специалистов в области образования, маркетинга и PR и утверждаются директором ММСО.
3.4. Процесс определения победителей Премии включает в себя определение жюри шорт-листов номинантов и открытое голосование на официальном сайте Премии, в котором может принять участие любой посетитель, зарегистрированный в системе ММСО.
3.5. Параллельно с открытым голосованием жюри определяет победителей в каждой номинации путем голосования. При выборе победителей , которые должны войти в шорт-листы, жюри руководствуется критериями (см. Приложение 1) и по желанию — количеством голосов, отданных за номинантов на странице Премии в ходе открытого голосования. Количество номинантов в шорт-листе в каждой номинации ежегодно определяется директором ММСО.
3.6. Победителей Премии в каждой номинации определяет либо президиум жюри из шорт-листов в каждой номинации путем голосования, либо же победителями считаются организации, которые набрали наибольшее количество голосов по итогам онлайн-голосования.
3.7. Победителям Премии присваивается звание по соответствующей номинации с вручением диплома и Знака Премии.
3.8. Знак Премии — статуэтка, формат которой устанавливается и утверждается академической комиссией ММСО.
3.9. Церемония награждения победителей Премии проводится в формате, устанавливаемом академической комиссией ММСО.

Приложение 1. Критерии оценки

1. «Школа года в цифре», «Колледж года в цифре», «Университет года в цифре»

Номинации присуждаются образовательным организациям, которые ведут эффективную коммуникацию со всеми заинтересованными сторонами, используя цифровые ресурсы и каналы. Оценивается качество и информативность сайта организации, активность и вовлеченность аудитории в социальных сетях, а также интеграции со СМИ и другими информационными платформами. Особое внимание уделяется тому, как образовательная организация формирует и транслирует свою миссию, ценности и видение, выстраивая на этой основе диалог с учащимися/студентами, родителями, сотрудниками и партнерами.

Критерий 1. Качество и информативность сайта образовательной организации:
- 2 балла: сайт содержит подробную и структурированную информацию об образовательной организации, ее миссии и ценностях, новостях и событиях, контактных данных, обеспечивается высокая информативность для пользователей;
- 1 балл: сайт в целом информативен, но структура и наполнение требуют дополнительной проработки;
- 0 баллов: сайт содержит минимум информации, плохо структурирован и труден для навигации.

Критерий 2. Активность и вовлеченность аудитории в социальных сетях:
- 2 балла: образовательная организация ведет активную работу в социальных сетях, контент публикуется регулярно, видна вовлеченность аудитории;
- 1 балл: организация представлена в социальных сетях, но активность и вовлеченность аудитории находятся на среднем уровне;
- 0 баллов: организация практически не использует социальные сети для коммуникации либо их присутствие неэффективно.

Критерий 3. Интеграция со СМИ и другими информационными платформами:
- 2 балла: образовательная организация представлена в СМИ или на других информационных площадках, эта публикация позволяет пользователю познакомиться с образовательной организацией и ее миссией, ценностями и видением;
- 1 балл: организация представлена в СМИ, но публикация недостаточно информативна;
- 0 баллов: информационная интеграция отсутствует.

Критерий 4. Транслирование миссии, ценностей и видения организации:
- 2 балла: миссия, ценности и видение организации четко сформулированы и последовательно транслируются во всех коммуникациях;
- 1 балл: организация декларирует основные положения, но их трансляция не всегда структурирована или носит эпизодический характер;
- 0 баллов: миссия, ценности и видение организации не находят отражения в коммуникациях.

2. «Образование для экономики будущего. Коллаборация года»

Номинация призвана отметить наиболее яркие образовательные проекты, реализованные в партнерстве между учебными заведениями и бизнесом, которые предоставляют учащимся/студентам возможности для практического погружения в профессию, стажировок и реального знакомства с будущей профессиональной деятельностью.

Критерий 1. Качество описания проекта на сайте или в публикациях:
- 2 балла: подробное и четкое описание целей, задач и возможностей проекта;
- 1 балл: описание достаточно информативное, но не в полной мере раскрывает особенности проекта;
- 0 баллов: описание поверхностное или отсутствует.

Критерий 2. Масштаб реализации проекта и его географический охват:
- 2 балла: проект реализуется на уровне региона или страны, вовлекая значительное число участников;
- 1 балл: проект реализуется в рамках одной или нескольких образовательных организаций;
- 0 баллов: информация о масштабах реализации отсутствует.

Критерий 3. Наличие партнерств с организациями, компаниями или другими стейкхолдерами для развития проекта:
- 2 балла: проект реализуется в сотрудничестве с различными партнерами;
- 1 балл: имеется ограниченное число партнеров;
- 0 баллов: партнерства отсутствуют.

Критерий 4. Отзывы, оценки и свидетельства удовлетворенности участников (учащихся/студентов, работодателей) проектом:
- 2 балла: проект получает положительные отзывы и оценки от участников;
- 1 балл: отзывы участников в целом позитивные, но встречаются и негативные отзывы;
- 0 баллов: отзывы отсутствуют или носят негативный характер.

Критерий 5. Подтвержденные положительные результаты и динамика проекта, его вклад в подготовку кадров для экономики будущего:
- 2 балла: проект демонстрирует позитивные результаты и вносит вклад в кадровое обеспечение;
- 1 балл: проект показывает некоторые положительные результаты, но их вклад в подготовку кадров недостаточно очевиден;
- 0 баллов: информация о результатах проекта отсутствует.

3. «Навыки цифровой экономики в школе. Белгородская область»

Номинация «Навыки цифровой экономики в школе. Белгородская область» проводится для всех общеобразовательных организаций Белгородской области, участвующих в проекте по созданию непрерывной системы развития навыков цифровой экономики. Его целями являются выявление и поддержка лучших практик внедрения проекта и инновационных подходов к обучению в сфере цифровых технологий.

Критерий 1. Качество описания проекта на сайте или в публикациях:
– 2 балла: подробное и четкое описание целей, задач, результатов и возможностей проекта;
– 1 балл: описание довольно информативное, но не в полной мере раскрывает особенности проекта;

– 0 баллов: описание поверхностное или отсутствует.

Критерий 2. Масштаб реализации проекта: охват (доля учащихся, задействованных в проекте), вовлеченность (объем освоения программы учениками):
– 2 балла: более 80% по охвату и вовлеченности;
– 1 балл: более 80% по охвату и 60% по вовлеченности;
– 0 баллов: менее 80% по охвату и менее 60% по вовлеченности.

Критерий 3. Влияние проекта на целевую аудиторию (результаты ЦГТО):
– 2 балла: более 70% учеников, сдавших ЦГТО в 2024 году;
– 1 балл: более 65% учеников, сдавших ЦГТО в 2024 году;
– 0 баллов: менее 60% учеников, сдавших ЦГТО в 2024 году.

Критерий 4. Обратная связь: наличие отзывов и мнений со стороны коллег или участников, публикаций по теме проекта:
– 2 балла: проект получает развернутые отзывы и оценку от участников;
– 1 балл: проект получает оценку от участников;
– 0 баллов: отзывы и оценки отсутствуют.

4. «Бренд года образовательной организации»

Ограничения номинации:

Оценивание осуществляется на основе информации, доступной в открытых источниках (сайт, социальные сети), а также материалов, которые были предоставлены с заявкой (презентации, фирменный стиль).

К участию в конкурсе допускаются образовательные проекты, которые осуществляют свою деятельность не менее года (на момент 01.09.2024), имеют собственное название, сайт и уже осуществили набор и выпуск учащихся.
На конкурс принимаются существующие образовательные проекты возрастом от 1 года (на момент 01.09.2024), которые имеют собственное название, сайт и уже осуществили набор и выпуск учащихся.

Номинация **«Бренд года образовательной организации»**. Официальный партнер номинации — «Брендобр».
С подноминациями **«Бренд года в дошкольном образовании», «Бренд года в школе», «Бренд года в колледже», «Бренд года в университете», «Бренд года в дополнительном образовании».**

Критерий 1. Четкая формулировка миссии, ценностей, слогана образовательной организации, наличие «легенды» бренда:
– 2 балла: информация структурирована, понятна и создает целостное восприятие, слоган, миссию легко повторить и запомнить;
– 1 балл: информация представлена, но подача требует доработки, слишком объемные формулировки;
– 0 баллов: информация отсутствует или оставляет негативное впечатление.

Критерий 2. Сформулированная стратегия развития:
– 2 балла: стратегия развития выражена в информационном поле, в общем доступе есть актуальный стратегический документ, присутствуют другие артефакты работы организации со своим будущим;
– 1 балл: стратегия развития выражена, но других артефактов работы не наблюдается;
– 0 баллов: планов по развитию не представлено.

Критерий 3. Наличие логотипа и фирменного стиля, которые выполнены на профессиональном уровне, отчетливо просматриваются в оформлении сайта, социальных сетях и других медийных материалах, представляют собой целостную систему:
– 2 балла: логотип и фирменный стиль выполнены профессионально и формируют целостное впечатление;
– 1 балл: целостного впечатления от логотипа и фирменного стиля не формируется;
– 0 баллов: фирменный стиль отсутствует или формирует небрежное впечатление.

Критерий 4. Наличие брендбука или фирменного стиля в виде документа, в котором описаны основные визуальные константы:
– 2 балла: наличие документа, в котором в профессиональной подаче прописано следующее: позиционирование (платформа бренда), фирменный стиль;
– 1 балл: наличие документа, но содержание недостаточно полное;
– 0 баллов: отсутствие документа.

Критерий 5. Пространство разнообразно по функционалу, оформлено в едином стиле, есть условия для образовательных сценариев, соответствующих концепту школы, возрастам детей, есть артефакты деятельности детей, студентов, педагогов:
– 2 балла: да, это настоящее образовательное пространство;
– 1 балл: скорее да, но есть над чем работать;
– 0 баллов: нет, пространство производит обедненное впечатление.

Критерий 6. Есть лицензия, аккредитация, результаты независимой оценки качества образования, результаты диагностик и рейтингов. Успех нуждается во внешней верификации:
– 2 балла: да, подача структурирована, наглядна и понятна человеку, не имеющему специальной экспертизы в сфере образования;
– 1 балл: скорее да. Информация есть, но требует уточнений, восприятие усложнено, формально или имеет большие объемы;
– 0 баллов: информация о независимой экспертизе отсутствует или имеет строго формальный характер, неудобный для восприятия обычным человеком.

Критерий 7. Концепция образовательной организации четко сформулирована и доступно объясняется, понятно в чем особенности и смысл этой школы, чем она отличается от других. Озвучены условия предоставления платных или бесплатных услуг. Понятен следующий шаг действия для их получения:– 2 балла: да, подача структурирована, наглядна и исчерпывающая;
– 1 балл: скорее да. Информация есть, но требует уточнений, восприятие усложнено;
– 0 баллов: нет, информация противоречива или отсутствует.

Критерий 8. Организация регулярно участвует в конференциях и крупных образовательных событиях в качестве спикера, а также проводит собственные конференции и события для широкой целевой аудитории (данные за 2023-2024 гг.). Оценивается качество присутствия организации (не личного бренда директора) в информационном поле:
– 2 балла: да, организация известна и влиятельна в образовательной области;
– 1 балл: скорее да, но о однозначно оценить масштаб ее деятельности сложно;
– 0 баллов: нет, по внешним источникам нельзя понять, ведется ли такая деятельность.

Критерий 9. Есть информация о структуре и юридическом статусе образовательной организации, о ее учредителе или представителе учредителя. Есть информация, в том числе фото, об администрации, педагогах, их квалификации, представленная адекватно концепции образовательной организации:
– 2 балла: да, подача структурирована, наглядна и создает позитивное восприятие, видны конкретные люди, понятно, с какими вопросами, как и когда к ним обращаться;
– 1 балл: скорее да. Информация есть, но требует уточнений, восприятие усложнено;
– 0 баллов: нет, информация противоречива, либо представлена строго формально, либо полностью отсутствует.

Критерий 10. Проявленность людей в организации. Директор и педагоги являются заметными фигурами, с выраженной позицией и стилем в образовательном пространстве России, есть множественные артефакты за период не более чем 5 последних лет, подтверждающие это:
– 2 балла: да, они ведут профессиональные блоги, обладают авторитетом в области образования среди коллег и клиентов, выпускают статьи, участвуют в подкастах и пр.;
– 1 балл: скорее да, но масштаб локальный и не выходит за пределы населенного пункта, где находится организация;
– 0 баллов: нет, по внешним источникам нельзя оценить этот критерий.

4.1. «Личный бренд года в образовании»

Критерий 1. Активные сайт, лендинг и/или социальные сети, иллюстрирующие как индивидуальные , так и подтвержденные профессиональные качества личности:
– 2 балла: сайт, лендинг и/или социальные сети регулярно обновляются, четко иллюстрируют индивидуальные и профессиональные качества личности; профессиональные качества документально подтверждены;
– 1 балл: сайт, лендинг и/или социальные сети обновляются нерегулярно, но отвечают требованиям номинации ИЛИ сайт, лендинг и/или социальные сети обновляются регулярно, но не обозначена четкая профессиональная компетенция;
– 0 баллов: отсутствие сайта, лендинга и/или социальных сетей.

Критерий 2. Контент, представленный на медиаресурсах, сайте и в социальных сетях (фотографии, видеозаписи, текст), выполнен на профессиональном уровне и понятен в восприятии: .
– 2 балла: качество представленного контента на высоком уровне и создает целостное и позитивное впечатление;
– 1 балл: предоставленная информация отвечает критериям, однако подача требует доработок;
– 0 баллов: информация представлена в небрежной форме.

Критерий 3. Основываясь на предоставленных ресурсах, человек производит впечатление харизматичной и уникальной личности, вызывающей интерес у зрителя. Ценности и позиция человека четко выражены:
– 2 балла: человек вызывает интерес своей личностью, представляется харизматичным и уникальным, обладающим четкими позициями;
– 1 балл: человек представляет собой уникальную и харизматичную личность, однако его позиция и ценности не сформулированы четко ИЛИ позиция и ценности человека выражены четко, однако человек не производит впечатление уникальной личности;
– 0 баллов: человек не производит впечатление уникальной личности, позиция и ценности не выражены.

Критерий 4. Есть постоянно обновляющиеся соцсети (Telegram + «ВКонтакте») с совокупным количеством подписчиков (данные на ноябрь 2024 года):
– 2 балла: свыше 7 001 подписчика;
– 1 балл: 1 000-7 000 подписчиков;
– 0 баллов: <1 000 подписчиков.

Критерий 5. Проект или проекты, которые поддерживает личный бренд человека, четко с ним ассоциированы, имеют хорошую репутацию и активно развиваются:
– 2 балла: да, эти проекты значимы в области образования, роль личности в них понятна и не вызывает сомнений, выходят за пределы региона, где человек проживает;
– 1 балл: проекты есть, имеют локальный масштаб, но однозначного заключения об их успешности в образовании дать нельзя или роль личности в них не до конца понятна;
– 0 баллов: нет проектов, которые оставляют убедительное впечатление.

Критерий 6. Систематическое участие в качестве спикера в профессиональных СМИ, конференциях, образовательных программах. Ведение наставнической или иной деятельности, которая позволяет людям развиваться:
– 2 балла: да, личность известна и влиятельна в образовательной области как эксперт;
– 1 балл: скорее да, но однозначно оценить масштаб и уровень деятельности сложно;
– 0 баллов: нет, по имеющимся данным нельзя понять, ведется ли такая деятельность.

Приложение 2. Этапы и сроки проведения Премии в 2024 году

1. **Подача заявок**
   11 сентября 2024 года — 15 ноября 2024 года
2. **Формирование шорт-листов экспертным жюри**
   16 ноября 2024 года — 30 ноября 2024 года
3. **Открытое голосование на официальном сайте Премии**
   1 декабря 2024 года — 15 декабря 2024 года
4. **Определение победителей**
   1 декабря 2024 года — 15 декабря 2024 года
5. **Церемония награждения победителей**
   19 декабря 2024 года