

Приложение 1: КОММУНИКАЦИОННЫЙ ПЛАН НАЦСТАТКОМА (2024-2028)

№	Мероприятия	Форма реализации	Сроки реализации	Ответственные исполнители	Источник финансирования	Среднесрочные результаты (документы, результаты и тактики), КПЭ, ожидаемые результаты
<b>КОММУНИКАЦИОННАЯ ЦЕЛЬ № 1: Сформировать культуру постоянного совершенствования и повышать воздействие целевых групп пользователей на деятельность официальной статистики</b>						
1.1	Определить механизмы контроля за воздействием определенных целевых групп пользователей на официальную статистику	<ol style="list-style-type: none"><li>Разработать подробные механизмы обратной связи с определенными мероприятиями и результатами для сбора информации о влиянии пользователей на официальную статистику.</li><li>Разработать подробные механизмы для эффективного анализа, оценки и внедрения в статистические процессы действенных отзывов пользователей.</li><li>Определить начальные и конечные значения для годового плана работы.</li></ol>	2 квартал 2024 года	Отдел сводных работ, коммуникаций и распространения статистической информации, пресс-служба	Внебюджетные средства	<b>Результаты:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>Руководство по сбору, анализу, оценке и учету отзывов пользователей в статистических процессах.</li><li>Руководство по внутренним процедурам обратной связи и действенным механизмам для эффективного анализа, оценки и внедрения в статистические процессы действенных отзывов пользователей.</li></ol> <b>КПЭ:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>подготовлен и внедрен документ, включающий руководящие принципы по сбору, анализу, оценке и учету отзывов пользователей в статистических процессах.</li><li>подготовлен и внедрен документ, включающий механизм внутренних процедур по надзору за воздействием определенных целевых групп пользователей на официальную статистику.</li></ul>
1.2	Повысить качество и эффективность оценки удовлетворенности пользователей для более полного учета их мнений и точного измерения удовлетворенности во всех точках	<ol style="list-style-type: none"><li><b>Усовершенствовать методологию оценки удовлетворенности пользователей</b><ul style="list-style-type: none"><li>пересмотреть/обновить существующие вопросы оценки с целью повышения их ясности и актуальности;</li><li>включить в опросник вопросы количественного и качественного характера;</li><li>определить репрезентативную выборку пользователей для участия в опросе.</li></ul></li></ol>	4 квартал 2024	Отдел сводных работ, коммуникаций и распространения статистической	РБ	<b>Результаты:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>усовершенствованная методология оценки удовлетворенности пользователей.</li><li>организационный план для эффективного проведения оценки удовлетворенности пользователей.</li><li>система интеграции обратной связи (внутренние процедуры).</li></ol>

	соприкосновения с продуктами и услугами	<p><b>2. Разработать организационный план для эффективного проведения оценки удовлетворенности пользователей</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составить список пользователей статистических данных;</li> <li>- составить график рассылки, позволяющий избежать усталости от опроса и исключая чрезмерное вовлечение пользователей;</li> <li>- составить список каналов распространения, таких как электронная почта, веб-сайт Нацстаткома, информационные бюллетени, каналы обмена сообщениями и социальные сети в целях охвата наиболее активных пользователей.</li> </ul> <p><b>3. Создать систему интеграции обратной связи по результатам опросов в процессы непрерывного совершенствования</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработать формальный процесс классификации отзывов на немедленные действия, краткосрочные планы и долгосрочные стратегии (внутренние процедуры);</li> <li>- разработать график проведения регулярных межведомственных встреч и встреч в региональных офисах для обсуждения результатов и планов действий;</li> <li>- разработать процессы информирования участников о важности опроса и о том, как будут использованы их отзывы.</li> </ul> <p><b>4. Разработать и реализовать коммуникационную (например, кампанию «Вы сказали, мы услышали») по информированию пользователей об изменениях, внесенных по результатам их отзывов, с использованием персонализированных электронных писем, сайта Нацстаткома, информационных рассылок, каналов мессенджеров и социальных сетей</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработать план мониторинга, сбора и анализа количества предложений и пожеланий, непосредственно связанных с расширением или улучшением деятельности официальной статистики;</li> <li>- определить приоритетность действий с учетом их целесообразности и воздействия.</li> </ul> <p><b>5. Разработать план действий по учету отзывов, например, внести улучшения в существующие статистические данные, улучшить распространение</b></p>		информации		<p><b>4.</b> коммуникационная кампания.</p> <p><b>5.</b> план действий.</p> <p><b>6.</b> отчет о результатах.</p> <p><b>КПЭ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• подготовка организационного плана ежегодного исследования удовлетворенности пользователей.</li> <li>• подготовлен анализ ежегодной оценки удовлетворенности пользователей.</li> <li>• количество ответов на опрос об удовлетворенности пользователей увеличилось на 5% по сравнению с предыдущим этапом.</li> <li>• общий индекс удовлетворенности пользователей увеличился на 5% по сравнению с предыдущим раундом.</li> <li>• количество интегрированных предложений и пожеланий в план работы Нацстаткома увеличилось на 5% по сравнению с предыдущим годом.</li> </ul>
--	---	--	--	------------	--	--

		<p><b>данных или усовершенствовать пользовательские интерфейсы</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- учесть количество отзывов пользователей (предложений и пожеланий), которые должны быть рассмотрены при распространении данных офиц. статистики;</li> <li>- подготовить и распространить среди пользователей выводы и последующие шаги по усовершенствованию оценки в целях завершения цикла обратной связи;</li> <li>- отслеживать время выполнения опроса и работать над оптимизацией его продолжительности.</li> </ul> <p><b>6. Готовить ежегодный отчет с обобщением полученных результатов и выделением ключевых направлений деятельности</b></p>				
1.3.	<p><b>Организовывать регулярные опросы фокус-групп после каждого раунда оценки удовлетворенности пользователей для сбора дополнительной информации о взглядах, опыте, специфических потребностях пользователей и основных факторах удовлетворенности или неудовлетворенности</b></p>	<p><b>1. Разработать организационный план</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определить конкретные целевые группы пользователей или региональные офисы, где индекс удовлетворенности пользователей значительно снизился по сравнению с предыдущим опросом;</li> <li>- определить возможные темы и индивидуальные вопросы для каждой фокус-группы;</li> <li>- организовать проведение национальных и региональных опросов фокус-групп;</li> <li>- отслеживать, обобщать и анализировать количество предложений и пожеланий представителей фокус-групп, непосредственно связанных с улучшением или совершенствованием деятельности официальной статистики;</li> <li>- отслеживать, обобщать и анализировать опыт пользователей, их конкретные потребности и основные факторы удовлетворенности и неудовлетворенности.</li> </ul> <p><b>2. Готовить ежегодный отчет с обобщением полученных результатов и выделением основных направлений деятельности</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определить приоритетность действий с учетом их целесообразности и воздействия.</li> </ul> <p><b>3. Разработать план действий для устранения ошибок, например, внести улучшения в существующую статистику, улучшить</b></p>	4 квартал 2024	<p>Отдел сводных работ, коммуникаций и распространения статистической информации</p>	РБ	<p><b>РЕЗУЛЬТАТЫ:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. организационный план</li> <li>2. отчёт о результатах деятельности фокус-групп.</li> <li>3. план действий.</li> <li>4. отчет о проделанной работе.</li> </ol> <p><b>КПЭ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подготовлен организационный план ежегодных фокус-групповых опросов;</li> <li>- подготовлен анализ ежегодных опросов фокус-групп;</li> <li>- количество интегрированных предложений и пожеланий в план работы Нацстаткома увеличилось на 10% по сравнению с предыдущим годом.</li> </ul>

		<p><b>распространение данных или усовершенствовать пользовательские интерфейсы</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- провести количественную оценку числа отзывов пользователей (предложений и пожеланий), которые были включены в план работы по официальной статистике.</li> </ul> <p><b>4. Поделиться общими выводами и последующими улучшениями с представителями фокус-групп для завершения цикла обратной связи</b></p>				
1.4.	<p><b>Внедрить анкету обратной связи для повышения вовлеченности целевых пользователей в деятельность официальной статистики</b></p>	<p><b>1. Разработать анкету обратной связи, включающей четкие, лаконичные и направленные на понимание опыта и ожиданий пользователей, вопросы</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обеспечить составление вопросов, позволяющих получить как качественные, так и количественные данные и информацию;</li> <li>- разместить анкеты на сайте Нацстаткома и привлечь к ней внимание;</li> <li>- использовать многочисленные каналы распространения анкеты оценки для охвата более широкой аудитории, включая подписи к электронным письмам, информационные бюллетени, каналы обмена сообщениями, социальные сети, встраивание в статистические релизы, материалы мероприятий и т.д.;</li> <li>- отслеживать, собирать и анализировать количество предложений и пожеланий, поступивших в рамках анкеты обратной связи, непосредственно связанных с расширением или совершенствованием деятельности официальной статистики;</li> </ul> <p><b>2. готовить ежеквартальный отчет с кратким изложением полученных результатов и выделением основных направлений деятельности.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определить приоритетность действий с учетом их осуществимости и воздействия.</li> </ul> <p><b>3. разработать план действий по устранению замечаний, таких как внесение улучшений в существующую статистику, улучшение распространения данных или совершенствование пользовательских интерфейса.</b></p>	4 квартал 2024	<p>Отдел сводных работ, коммуникаций и распространения статистической информации</p>	РБ	<p><b>РЕЗУЛЬТАТЫ:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. анкета обратной связи</li> <li>2. отзывы пользователей, их вклад, предложения и пожелания</li> <li>3. план действий</li> <li>4. отчет о результатах</li> </ol> <p><b>КПЭ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подготовлен организационный план по годовой анкете обратной связи</li> <li>- подготовлен ежеквартальный анализ анкеты обратной связи</li> <li>- количество активных участников процесса обратной связи увеличилось на 5% по сравнению с предыдущим опросом;</li> <li>- количество интегрированных предложений и пожеланий в план работы Нацстаткома увеличилось на 5% по сравнению с предыдущим опросом.</li> </ul>

		<p>- вести количественную оценку отзывов пользователей (предложений и пожеланий), которые были включены в план работ по официальной статистике.</p> <p><b>4. делиться общими выводами и последующими усовершенствованиями с пользователями, чтобы замкнуть цикл обратной связи.</b></p>				
1.5.	<p><b>Организовывать мероприятия, направленные на получение ценной информации и отзывов, а также поощрять взаимодействие и вклад пользователей</b></p>	<p><b>1. Разработать четкий и детальный организационный план</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определить четкие цели, например, какую конкретную обратную связь необходимо получить и какой тип мероприятия является наилучшим вариантом для достижения поставленных целей;</li> <li>- организовать конкретные мероприятия с учетом поставленных целей и определенных целевых групп пользователей;</li> <li>- выбрать актуальные темы, которые вызовут отклик у определенных целевых групп, будут способствовать активному участию и позволят получить ценную информацию;</li> <li>- стимулировать взаимодействие с помощью модулируемых дискуссий, опросов и сессий «вопросы и ответы»;</li> <li>- использовать различные каналы распространения для охвата широкой аудитории, включая подписи на электронные письма, рассылки, каналы мессенджеров, социальные сети, включение в статистические релизы, материалы мероприятий и т.д.;</li> <li>- отслеживать, собирать и анализировать количество отзывов, предложений и анкет, непосредственно связанных с расширением или улучшением деятельности официальной статистики;</li> <li>- отслеживать, собирать и анализировать количество предложений и анкет с отзывами, непосредственно связанных с расширением или улучшением деятельности официальной статистики.</li> </ul>	4 квартал 2024	<p>Отдел сводных работ, коммуникаций и распространения статистической информации</p>	РБ	<p><b>РЕЗУЛЬТАТЫ:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. организационный план</li> <li>2. отчет о результатах с отзывами пользователей, их вклад, предложения и пожелания;</li> <li>3. план действий;</li> </ol> <p><b>КПЭ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подготовлен организационный план ежегодных мероприятий;</li> <li>- подготовлен анализ анкет годовых мероприятий;</li> <li>- определено количество мероприятий (круглых столов, семинаров, вебинаров, консультаций, встреч), направленных на получение ценной информации и обратной связи от определенных целевых групп, увеличилось на 5% по сравнению с предыдущим годом;</li> <li>- определено количество активных участников процесса обратной связи увеличилось на 5% по сравнению с предыдущим годом;</li> <li>- определено количество интегрированных предложений и пожеланий в план работы Нацстаткома увеличилось на 5% по сравнению с предыдущим годом.</li> </ul>

		<p><b>2. Готовить ежегодные отчеты с обобщением полученных результатов и выделением основных направлений деятельности.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определить приоритетность действий с учетом их целесообразности и результативности.</li> </ul> <p><b>3. Разработать план действий по предложениям, полученных в результате обратной связи, например, внести изменения в существующую статистику, улучшить распространение данных или усовершенствовать пользовательские интерфейсы.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- доработать будущие мероприятия на основе собранных отзывов для более эффективного достижения целей и повышения вовлеченности участников;</li> <li>- оценить количество отзывов пользователей (предложений и пожеланий), которые были включены в план работы по официальной статистике;</li> <li>- поделиться общими выводами и последующими улучшениями с участниками мероприятий, чтобы замкнуть цикл обратной связи.</li> </ul>				
<b>КОММУНИКАЦИОННАЯ ЦЕЛЬ № 2: Повысить осведомленность целевых групп пользователей и заинтересованных сторон о важности и ценности статистических данных для принятия решений, выработки политики и присутствия в повседневной жизни</b>						
2.1.	Провести базовый и итоговый опросы для оценки изменения уровня информированности целевых групп	<p><b>1. Провести комплексное исследование для определения текущего уровня осведомленности, восприятия, понимания важности статистических данных для принятия решений, разработки политики и присутствия в повседневной жизни</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определить цели, задачи и ожидаемые результаты исследования</li> <li>- разработать техническое задание для проведения исследования</li> <li>- провести исследование</li> </ul> <p><i>Исследование должно:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- содержать четкие и актуальные вопросы для определения текущего уровня осведомленности, восприятия, понимания важности статистических</li> </ul>	<p>3-4 кварталы 2024 (базовый)</p> <p>3-4 кварталы 2028 (итоговый)</p>	Отдел сводных работ, коммуникаций и распространения статистической информации	Средства доно-ров	<p><b>РЕЗУЛЬТАТЫ:</b></p> <p>1. базовое и итоговое исследование об осведомленности</p> <p><b>КПЭ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подготовлен организационный план базового исследования об осведомленности;</li> <li>- подготовлен анализ базового исследования об осведомленности;</li> <li>- определен индекс базового уровня осведомленности среди определенных целевых групп;</li> </ul>

		<p>данных для принятия решений, разработки политики и присутствия в повседневной жизни;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- быть сосредоточено на понимании глубины знаний и осведомленности о важности статистических данных для принятия решений, выработки политики и присутствия в повседневной жизни;</li> <li>- включать доступность опросов в различных форматах (онлайн, на бумаге) для повышения уровня участия различных групп пользователей</li> <li>- определить и сегментировать целевые группы пользователей и заинтересованных сторон, на которых будут направлены исследования об осведомленности, с обеспечением широкой и репрезентативной выборки;</li> <li>- обеспечить эффективное распространение опросов (исследования) среди целевой аудитории;</li> <li>- использовать многочисленные каналы распространения опросов для охвата широкой аудитории, включая сайт Нацстаткома и заинтересованных сторон/партнеров, электронные подписи, информационные бюллетени, каналы обмена сообщениями, социальные сети, мероприятия и т.д.;</li> <li>- собрать ответы на опросы в установленные сроки, обеспечить конфиденциальность и безопасность данных при хранении и обработке;</li> <li>- включать анализ данных опросов с целью выявления текущего уровня осведомленности и пробелов в знаниях целевых групп;</li> <li>- рассчитать базовый индекс осведомленности;</li> <li>- рассчитать итоговый индекс осведомленности.</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>- подготовлен организационный план итогового исследования об осведомленности;</li> <li>- подготовлен анализ итогового исследования об осведомленности;</li> <li>- определен итоговый показатель уровня осведомленности среди определенных целевых групп;</li> <li>- определен количественный ориентир, по которому можно оценивать прогресс в повышении осведомленности с течением времени, что обеспечит возможность оценки эффективности усилий Нацстаткома и внесения соответствующих корректировок;</li> <li>- не менее 10% повышения уровня осведомленности после проведения пост коммуникационных мероприятий по сравнению с исходными измерениями.</li> </ul>
2.2.	<p><b>Выстраивание отношений со СМИ с целью использования их широкого охвата и влияния для усиления ключевых идей о важности и ценности статистических данных для принятия решений и выработки политик</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Подготовить руководство по взаимодействию со СМИ.</b></li> <li><b>2. Подготовить план работ по взаимодействию со СМИ.</b></li> <li><b>3. Подготовить обзор медиасреды КР.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составить список местных, национальных и международных СМИ, функционирующих в Кыргызстане, и регулярно обновлять его информацией о журналистах и СМИ, освещающих сферу деятельности Нацстаткома.</li> </ul> </li> <li><b>4. Разработать план мониторинга, сбора и анализа упоминаний, освещения, настроений и охвата СМИ, уделяя особое внимание статьям, подчеркивающим значимость статистических данных для принятия</b></li> </ol>	<p>1-2 квартал 2024 года (ежегодное обновление планов)</p>	Пресс-служба	РБ	<p><b>РЕЗУЛЬТАТЫ:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>руководство по взаимодействию со СМИ.</li> <li>план работ по взаимодействию со СМИ.</li> <li>обзор медиасреды КР.</li> <li>план мониторинга, сбора и анализа упоминаний, освещения, настроений и охвата СМИ.</li> <li>документ «часто задаваемые вопросы», содержащий ответы на часто задаваемые вопросы о статистических данных.</li> </ol> <p><b>КПЭ:</b></p>

		<p>решений, разработки политики и присутствия в повседневной жизни.</p> <p><b>5. Подготовить документ «часто задаваемые вопросы», содержащий ответы на часто задаваемые вопросы о статистических данных.</b></p> <p><i>Документы и планы должны:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• вовлекать СМИ путем выпуска пресс-релизов, проведения брифингов, целенаправленного создания тем в СМИ (подготовка материалов, которые увязывают данные Нацстаткома с текущими новостными тенденциями и событиями), подготовки инфографики и краткого изложения ключевых статистических данных;</li> <li>• включать организацию пресс-конференций, на которых делаются важные заявления;</li> <li>• организацию присутствия руководства Нацстаткома и ключевых экспертов для выступлений;</li> <li>• ответы на запросы СМИ в течение часа или в кратчайшие сроки, если запрашиваемые данные должны быть подготовлены для заказа;</li> <li>• организацию встреч с журналистами и редакторами;</li> <li>• разработку и публикации информационных материалов для авторитетных деловых СМИ с целью обмена мнениями и позиционирования Нацстаткома или ее руководителей в качестве идейных лидеров, а также обеспечение того, чтобы в упоминаниях СМИ не только приводились ссылки на Нацстатком, но и подчеркивалась ценность статистических данных;</li> <li>• включать эксклюзивные интервью с экспертами Нацстаткома в связи с выходом новых данных;</li> <li>• участие представителей Нацстаткома в телевизионных шоу, радиопередачах или подкастах для обсуждения тенденций развития отрасли, важности и ценности статистических данных для принятия</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>- подготовлен и регулярно обновляется список СМИ;</li> <li>- подготовлен годовой план работ по взаимодействию со СМИ;</li> <li>- собраны, анализируются и отслеживаются количество упоминаний в СМИ, освещений, пресс-релизов, брифингов, созданных тем в СМИ, инфографики, сводок ключевых статистических данных, запросов СМИ, документов «часто задаваемые вопросы», встреч с журналистами и редакторами, брифингов, интервью с руководством и экспертами Нацстаткома, выступлений в ТВ-, радиопередачах или подкастах, комментариев или опровержений любой критики официальной статистики, неправильного использования или неверного толкования данных Нацстаткома или используемой методологии, тренингов для сотрудников Нацстаткома, тренингов для журналистов и представителей СМИ и т.д.</li> <li>- количество позитивных упоминаний в СМИ (статей и репортажей) и освещений с использованием данных и аналитических материалов Нацстаткома увеличилось на 10% по сравнению с предыдущим годом;</li> <li>- количество пресс-релизов увеличилось на 20% по сравнению с предыдущим годом;</li> <li>- количество брифингов увеличилось на 10% по сравнению с предыдущим годом;</li> <li>- количество подготовленных тем в СМИ увеличилось на 10% по сравнению с предыдущим годом;</li> </ul>
--	--	---	--	--	--	---



		<p>решений, выработки политики и присутствия в повседневной жизни;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>активное управление и публичное комментирование или опровержение любой критики официальной статистики, злоупотребление или неверное толкование данных Нацстаткома или используемой методологии для обеспечения положительного имиджа;</li> <li>обучение представителей Нацстаткома методам эффективного взаимодействия со СМИ;</li> <li>организацию тренингов для журналистов и представителей СМИ.</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>количество подготовленных инфографических материалов для СМИ увеличилось на 40% по сравнению с предыдущим годом;</li> <li>количество заявлений и интервью с руководством и экспертами Нацстаткома увеличилось на 10% по сравнению с предыдущим годом;</li> <li>количество тренингов для представителей СМИ увеличилось на 20% по сравнению с предыдущим годом;</li> <li>подготовлено руководство по работе со СМИ;</li> <li>руководство по написанию пресс-релизов.</li> </ul>
2.3.	<p><b>Разработать/обновить единый идентификационный стиль Нацстаткома с целью повышения внимания, интереса и создания позитивного восприятия различными целевыми группами</b></p>	<p><b>1.</b> Разработать четкий и запоминающийся фирменный стиль, который отражает миссию, видение, основные ценности и руководящие принципы Коммуникационной стратегии на 2024-2028 годы, регулирующие использование названия, аббревиатуры и логотипа Нацстаткома.</p> <p><b>2.</b> Создать последовательную и связную визуальную и вербальную идентичность для всех каналов коммуникации</p>	4 квартал 2024 года	Отдел сводных работ, коммуникаций и распространения статистической информации	Внебюджетные средства	<p><b>РЕЗУЛЬТАТЫ:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>техническое задание для обновления логотипа Нацстаткома и создания брендбука;</li> <li>обновленный логотип;</li> <li>брендбук.</li> </ol> <p><b>КПЭ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>подготовлен брендбук и активно используется в коммуникационной и другой деятельности Нацстаткома;</li> <li>все визуальные и информационные материалы обновлены и используются в соответствии с новым брендбуком.</li> </ul>
2.4.	<p><b>Готовить увлекательный, доступный и образовательный контент для различных онлайн и офлайн каналов коммуникации, чтобы подчеркнуть важность статистических данных для принятия</b></p>	<p><b>1. Составить план контента</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>создавать и распространять контент по различным каналам коммуникации, включая сайт Нацстаткома, каналы мессенджеров, платформы социальных сетей, рассылать по электронной почте, на мероприятиях и печатать промо материалы для офлайн-вовлечения и т.д. с фокусом на важность статистических данных</li> </ul>	Регулярно	<p>Пресс-секретарь</p> <p>Отдел сводных работ, коммуникаций и распростра-</p>	РБ	<p><b>РЕЗУЛЬТАТЫ:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>план работ (контент-календарь);</li> <li>контент (новостные сообщения, пресс-релизы, статьи, посты в блогах, посты в социальных сетях, инфографика, видео, интерактивные инструменты, брошюры, листовки и т.д.);</li> <li>календарь специальных событий;</li> <li>кампании в социальных сетях;</li> </ol>

	<p><b>решений, выработки политик и повседневной жизни</b></p>	<p>- разработать различные типы контента, включая новостные релизы, статьи, посты в блогах, инфографику, видеоролики и интерактивные инструменты для обмена опытом и предоставления ценности целевым аудиториям</p> <p>- адаптировать контент для различных групп заинтересованных сторон, таких как политики, бизнес, исследователи, преподаватели, студенты и широкая общественность, используя определенные ключевые идеи</p> <p><b>2. Составлять заблаговременно ежегодный календарь этих событий с целью планирования контента</b></p> <p>- использовать особые поводы, такие как празднование национальных и международных дней (например, празднование Всемирного дня статистики);</p> <p>- определить значимые национальные и международные дни, соответствующие миссии Нацстаткома;</p> <p>- разработать конкретные темы для каждого празднования национальных и международных дней, которые связаны с важностью статистических данных</p> <p>- использовать эти темы для создания целевых кампаний в социальных сетях и веб-контента;</p> <p>- организовывать мероприятия, такие как конференции или дни открытых дверей, приуроченные к этим дням.</p> <p><b>3. Координировать работу с региональными отделениями, школами и университетами для организации образовательных программ, приуроченных к особым дням</b></p> <p>- наладить партнерские отношения с образовательными, правительственными и неправительственными организациями для совместного проведения мероприятий;</p> <p>- взаимодействовать с международными статистическими органами для синхронизации глобальных мероприятий и обмена сообщениями.</p> <p><b>4. Публиковать заявления для прессы, освещающие деятельность Нацстаткома, связанную с празднованием особых дней</b></p>		<p>нения статистической информации</p> <p>ИСИПК</p>	<p>5. мероприятия (конференции, дни открытых дверей, семинары, сессии вопросов и ответов, вебинары и т.д.)</p> <p>6. работа со СМИ (пресс-релизы, создание тем в СМИ, заявления для прессы, интервью и т.д.);</p> <p>7. поисковая оптимизация сайта (далее SEO);</p> <p>8. отчет о результатах;</p> <p>9. план действий.</p> <p><b>КПЭ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подготовлено руководство по работе с социальными сетями;</li> <li>- подготовлен годовой план работы по разработке интересного, доступного для распространения образовательного контента;</li> <li>- подготовлен ежегодный календарь специальных мероприятий, таких как празднование национальных и международных дней (например, празднование Всемирного дня статистики);</li> <li>- отслеживается, собрано и проанализировано количество новостных релизов, статей, постов в блогах, социальных сетях, инфографики, видеороликов, интерактивных инструментов, брошюр, листовок и т.д.;</li> <li>- количество статей увеличилось на 20% по сравнению с предыдущим годом;</li> <li>- количество постов в социальных сетях увеличилось на 30% по сравнению с предыдущим годом;</li> <li>- количество инфографики увеличилось на 40% по сравнению с предыдущим годом;</li> </ul>
--	---	---	--	---	--

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать социальные медиаплатформы, такие как Twitter, Facebook, LinkedIn и Instagram, для взаимодействия с аудиторией, обмена новостями и реагирования на отзывы.</li> </ul> <p><b>5. Внедрять производство визуальных элементов (инфографики и видео) в рамках повседневных задач</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- готовить инфографики, видеоролики и другой актуальный контент для социальных сетей.</li> </ul> <p><b>6. Готовить пресс-релизы, сводки, создавать темы для СМИ, организовывать интервью и выступления</b></p> <p><b>7. Распространять образовательные материалы, демонстрирующие реальное применение статистических данных</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- стимулировать взаимодействие с пользователями путем включения викторин, призывов к действию, обсуждений и т.д., связанных с подготовленным контентом.</li> </ul> <p><b>8. Организовывать живые сессии вопросов и ответов, вебинары и семинары для дальнейшего обсуждения тем контента и его практического применения</b></p> <p><b>9. Настраивать аналитику для мониторинга вовлеченности и охвата аудитории.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- отслеживать, измерять и анализировать посещаемость веб-сайта, непосредственно связанную с информационными кампаниями или являющуюся их результатом.</li> </ul> <p><b>10. Использовать поисковую оптимизацию (SEO) и обратную связь для привлечения целевого трафика.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- отслеживать, измерять и анализировать охват и вовлеченность постов в социальных сетях, связанных с информационными кампаниями.</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>- количество видеороликов увеличилось на 25% по сравнению с предыдущим годом;</li> <li>- количество мероприятий увеличилось на 25% по сравнению с предыдущим годом;</li> <li>- количество посетителей сайта в месяц увеличилось на 35% по сравнению с предыдущим годом;</li> <li>- количество охватов и вовлеченности в социальных сетях увеличилось на 30% по сравнению с предыдущим периодом без проведения информационной кампании;</li> <li>- количество положительных упоминаний в СМИ (статьи и репортажи) увеличилось на 20% по сравнению с предыдущим годом.</li> </ul>
2.5.	Запустить информационные кампании по разъяснению важности и ценности статистических данных для принятия решений, разработки политики и присутствия в повседневной жизни	<p><b>1. Разрабатывать детальный план кампании, в котором указываются цели, целевая аудитория, ключевые сообщения, контент-планы, каналы распространения и измеряемые результаты.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составлять расписание и план развертывания контента на различных этапах кампании;</li> <li>- составлять календарь контента с указанием тем, форматов и сроков публикации.</li> </ul>	Регулярно	Пресс-секретарь  Отдел сводных работ, коммуникаций и распростран	РБ	<p><b>РЕЗУЛЬТАТЫ:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. организационный план спец. кампании;</li> <li>2. шаблоны визуала;</li> <li>3. блог-пост и статьи;</li> <li>4. инфографика и видео;</li> <li>5. SEO;</li> <li>6. план и посты в социальных сетях;</li> </ol>

		<p><b>2. Разрабатывать шаблоны для обеспечения единообразия визуального оформления всех контентных материалов.</b></p> <p><b>3. Писать посты и статьи в блогах, объясняющих статистические концепции доступным языком.</b></p> <p><b>4. Создавать обучающие видеоролики с участием экспертов, объясняющих важность статистической грамотности.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создавать интерактивные инфографики, демонстрирующие важность и ценность данных в увлекательной форме.</li> </ul> <p><b>5. Оптимизировать веб-сайт Нацстаткома под содержание кампании, обеспечивая соблюдение лучших практик SEO (поисковая оптимизация).</b></p> <p><b>6. Готовить план социальных сетей и соответствующих постов.</b></p> <p><b>7. Взаимодействовать с сообществом через живые сессии вопросов и ответов, вебинары и социальные сети.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определить потенциальных партнеров и обращаться к ним с предложением, подчеркивающим взаимную выгоду;</li> <li>- выйти на потенциальных партнеров с предложением, подчеркивающим взаимную выгоду.</li> </ul> <p><b>8. Установить партнерские отношения с образовательными учреждениями, профессиональными организациями и СМИ для расширения охвата кампании</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- настроить аналитические инструменты для отслеживания показателей вовлеченности на всех цифровых платформах;</li> <li>- собирать и анализировать данные о поведении аудитории для уточнения используемых инструментов и тактик.</li> </ul> <p><b>9. Создавать пресс-кит, включающий пресс-релизы, брифинги, интересные ключевые цифры и фактологический бюллетень</b></p> <p><b>10. Планировать выступления в СМИ и интервью для обсуждения кампании и ее значимости.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организовывать мастер-классы, семинары и информационные стенды на бизнес-конференциях;</li> </ul>		<p>ения статистичес кой информаци и</p>		<p>7. сессии вопросов и ответов, вебинары, мастер-классы, семинары, конференции и т.д.;</p> <p>8. партнерство с образовательными учреждениями;</p> <p>9. пресс-кит (пресс-релизы, справки, ключевые цифры, фактологические бюллетени и т.д.);</p> <p>10. взаимодействие с журналистами и представителями влиятельных кругов;</p> <p>11. выступления в СМИ, интервью, заявления и т.д.;</p> <p>12. конкурсы среди пользователей;</p> <p>13. геймификация;</p> <p>14. анализ кампании;</p> <p>15. план действий.</p> <p><b>КПЭ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подготовлен план организационной работы кампании на ежегодной основе;</li> <li>- подготовлен контент-план;</li> <li>- подготовлен план работы с социальными сетями;</li> <li>- количество посетителей веб-сайта увеличилось на 20% по сравнению с периодом до начала кампании;</li> <li>- количество охвата и вовлеченности в социальных сетях увеличилось на 30% по сравнению с периодом до начала кампании;</li> <li>- количество положительных упоминаний в СМИ (статьи и репортажи) увеличилось на 25% по сравнению с периодом до начала кампании;</li> <li>- подготовлен анализ кампании.</li> </ul>
--	--	---	--	---	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- разработать коммуникацию до и после мероприятия, чтобы укрепить ожидание и продолжить вовлечение;</li> <li>- проводить практические демонстрации или интерактивные занятия во время мероприятий для практического понимания статистической грамотности.</li> </ul> <p>11. Проводить конкурсы контента от пользователей для стимулирования вовлеченности.</p> <p>12. Разрабатывать элементы геймификации для поощрения активных участников.</p> <p>13. Разрабатывать план действий по возможным улучшениям на основе полученных результатов осведомленности.</p> <p>14. Повышение уровня информированности о деятельности Нацстаткома среди пользователей и респондентов.</p>				
КОММУНИКАЦИОННАЯ ЦЕЛЬ № 3: Продвигать статистическую грамотность и улучшать понимание статистических концепций, методологий и источников данных среди различных целевых групп пользователей						
3.1	Проведение базового и итогового обследований статистической грамотности для измерения изменения уровня статистической грамотности целевых групп	<p>1. Провести комплексное исследование статистической грамотности с четкими и актуальными вопросами для измерения текущего уровня статистической грамотности и понимания статистических концепций, методологий и источников данных</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определить цели, задачи и ожидаемые результаты исследования;</li> <li>- разработать техническое задание для проведения исследования;</li> <li>- провести исследование.</li> </ul> <p><i>Исследование должно:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сосредоточить содержание опросов на понимании глубины статистических знаний целевых групп пользователей для критического осмысления, интерпретации и применения статистических данных в соответствии с их информационными потребностями и социальным контекстом;</li> <li>- обеспечить доступность опросов в различных форматах (онлайн, на бумажных носителях) для увеличения числа участников среди различных групп пользователей;</li> </ul>	В течение 2024г.	ИСИПК  Отдел сводных работ, коммуникаций и распространения статистической информации,	РБ	<p><b>РЕЗУЛЬТАТЫ:</b></p> <p>1. базовое и итоговое исследование статистической грамотности</p> <p><b>КПЭ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подготовлен организационный план базового исследования статистической грамотности;</li> <li>- подготовлен анализ базового исследования статистической грамотности;</li> <li>- определен базовый индекс уровня статистической грамотности среди определенных целевых групп;</li> <li>- подготовлен организационный план итогового исследования статистической грамотности;</li> <li>- подготовлен анализ итогового исследования статистической грамотности;</li> <li>- определен итоговый индекс уровня статистической грамотности среди определенных целевых групп</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- определить и сегментировать целевые группы и заинтересованные стороны, которые будут являться объектом изучения их статистической грамотности, с обеспечением широкой и репрезентативной выборки;</li> <li>- обеспечить эффективное распространение опросов среди целевой аудитории;</li> <li>- использовать многочисленные каналы распространения опросов для охвата широкой аудитории, включая образовательные мероприятия и инструменты (тренинги, семинары, онлайн-курсы, вебинары, обучающие платформы и т.д.), сайт Нацстаткома и заинтересованных сторон/партнеров, библиотеку Нацстаткома, электронные подписи, информационные бюллетени, каналы мессенджеров, социальные сети и т.д.</li> <li>- собрать ответы на опросы в установленные сроки, обеспечить конфиденциальность и безопасность данных при хранении и обработке</li> <li>- проанализировать данные опросов с целью выявления текущего уровня навыков статистической грамотности и пробелов в знаниях среди целевых групп;</li> <li>- рассчитать базовый индекс навыков статистической грамотности</li> <li>- рассчитать итоговый индекс статистической грамотности</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>- определен количественный ориентир, по которому можно оценивать прогресс в развитии навыков статистической грамотности с течением времени, что позволяет оценивать эффективность усилий Нацстаткома и вносить соответствующие коррективы;</li> <li>- повышен уровень статистической грамотности не менее чем на 10% после проведения коммуникационных мероприятий по сравнению с исходными показателями.</li> </ul>
3.2.	Разрабатывать и проводить регулярные образовательные мероприятия по статистической грамотности для различных групп пользователей с целью повышения их способности понимать, интерпретировать и уверенно применять статистические данные в своей профессиональной и личной жизни	<p><b>1. Разработать организационный план.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сегментировать группы пользователей в зависимости от профессиональных требований и образовательных потребностей.</li> </ul> <p><b>2. Разрабатывать регулярные образовательные мероприятия, ориентированные на повышение статистической грамотности различных групп пользователей.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять четкие результаты обучения для каждого образовательного мероприятия (тренинга, семинара, онлайн-курса, вебинара и т.д.) с учетом конкретных потребностей целевой аудитории;</li> <li>- консультироваться со специалистами по статистике и преподавателями для обеспечения реалистичности и ценности целей;</li> <li>- разработать учебную программу, охватывающую фундаментальные статистические концепции, методологии и методы интерпретации данных;</li> </ul>	3-4 квартал 2024	ИСИПК  Отдел сводных работ, коммуникаций и распространения статистической информации,	РБ	<p><b>РЕЗУЛЬТАТЫ:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. организационные планы;</li> <li>2. образовательные программы;</li> <li>3. (тренинги, семинары, онлайн-курсы, вебинары);</li> <li>4. образовательные материалы;</li> <li>5. рекламные материалы;</li> <li>6. вспомогательные материалы;</li> <li>7. опросы обратной связи;</li> <li>8. пред- и пост-оценки;</li> <li>9. отчет о результатах;</li> <li>10. план действий;</li> </ol> <p><b>КПЭ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подготовлен _____ годовой организационный _____ план образовательных мероприятий;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- привлекать квалифицированных сотрудников Нацстаткома, имеющих большой опыт работы в области статистики и преподавания;</li> <li>- обеспечить места для проведения оффлайн семинаров или платформ для виртуальных мероприятий;</li> <li>- создать серии онлайн-курсов, охватывающих базовые и продвинутое статистические концепции;</li> <li>- планировать мероприятия в удобное для целевой аудитории время</li> <li>- организовать удобный и доступный процесс регистрации;</li> <li>- проводить образовательные мероприятия, обеспечивая их интерактивность и поощряя участие и вовлеченность.</li> </ul> <p><b>3. Разработать увлекательные и доступные учебные материалы, такие как наглядные пособия, интерактивные модули и примеры из реальной жизни.</b></p> <p><b>4. Создать промо материалы для освещения образовательных мероприятий, например, посты в социальных сетях, информационные бюллетени и т.д.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработать и предоставлять участникам вспомогательные материалы, такие как раздаточные материалы, брошюры или интернет-ресурсы для дальнейшего обучения</li> </ul> <p><b>5. Распространять в конце каждого мероприятия анкеты для оценки удовлетворенности участников и выявления областей, требующих улучшения.</b></p> <p><b>6. Анализировать отзывы для доработки будущих образовательных мероприятий и их более точного соответствия потребностям пользователей.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- предлагать дополнительные ресурсы и возможности обучения, такие как расширенные образовательные мероприятия или онлайн-курсы для пользователей, которым требуются более глубокие знания в области статистической методологии;</li> <li>- выдача сертификатов о прохождении обучения или других форм признания для стимулирования участия и подтверждения полученных навыков.</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>- количество образовательных мероприятий увеличилось на 10% по сравнению с предыдущим годом;</li> <li>- количество лиц, посетивших образовательные мероприятия, увеличилось на 15% по сравнению с предыдущим годом за 2 года (период);</li> <li>- суммарные баллы по оценкам, полученным до и после учебных мероприятий, увеличились на 30%</li> <li>- средний балл оценок, полученных после обучения, увеличился на 30% по сравнению с предыдущим годом или за 2 года (период);</li> <li>- 45% положительных ответов на опросы обратной связи относительно достигнутого улучшения знаний и понимания статистических данных;</li> <li>- средний уровень образовательных мероприятий и преподавателей на основе оценок участников постоянно высокий или увеличился на 35% по сравнению с предыдущим годом или за 2 года (период);</li> <li>- количество участников, отметивших, что они применяют полученные знания в своей профессиональной или личной жизни, полученное в ходе последующих опросов, увеличилось на 35% по сравнению с предыдущим годом или за 3 года (период);</li> <li>- процент участников, посетивших более одного мероприятия, увеличился на 10% по сравнению с предыдущим годом или за xx лет (период);</li> <li>- уменьшилось количество запросов на получение дополнительной информации и дополнительных разъяснений на xx% по сравнению с</li> </ul>
--	--	---	--	--	--	--

		<p>7. Проводить оценки до и после образовательных мероприятий для определения уровня статистической грамотности участников</p> <p>8. Составление отчетов о результатах образовательных мероприятий, включая данные о посещаемости, результатах оценки и отзывах.</p> <p>9. Постоянно совершенствовать образовательные мероприятия на основе собранных данных и отзывов участников</p> <p>10. Разрабатывать план действий по возможным улучшениям на основе полученных результатов.</p>				<p>предыдущим годом или за xx лет (период);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подготовлен ежегодный анализ образовательных мероприятий</li> </ul>
3.3.	<p>Разработать и создать интерактивный портал электронного обучения, содержащий учебные материалы, адаптированные для различных уровней понимания</p>	<p>1. Разработать организационный план по разработке портала</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проводить анализ существующих решений в области электронного обучения с целью выявления недостатков и возможностей для нового портала;</li> <li>- определить объем контента, включая темы, форматы (видео, статьи, викторины) и уровни сложности;</li> <li>- взаимодействовать с дизайнерами UI/UX для создания интуитивно понятного и привлекательного пользовательского интерфейса;</li> <li>- обеспечить доступность портала на различных устройствах и обеспечить соответствие стандартам веб-доступности.</li> </ul> <p>2. Подготовить образовательные материалы, включая письменные материалы, мультимедиа и интерактивные модули</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать и интегрировать существующие высококачественные образовательные ресурсы, где это возможно.</li> </ul> <p>3. Разработка и запуск портала</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействовать с разработчиками для создания надежной, масштабируемой и безопасной платформы электронного обучения;</li> <li>- внедрить механизмов аналитики и отслеживания вовлеченности и прогресса пользователей;</li> <li>- доработать портал на основе опыта пользователей и данных о технических характеристиках;</li> <li>- запустить портал с проведением рекламной кампании по повышению статистической грамотности, ориентированной на основные группы пользователей;</li> </ul>	4 квартал 2025	ИСИПК	Отдел сводных работ, коммуникаций и распространения статистической информации,	<p>Донорские средства</p> <p><b>РЕЗУЛЬТАТЫ:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. организационные планы;</li> <li>2. образовательный контент и материалы;</li> <li>3. портал;</li> <li>4. обратная связь.</li> </ol> <p><b>КПЭ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подготовлен годовой организационный план портала;</li> <li>- количество образовательных модулей увеличилось на 20% или 20 по сравнению с предыдущим годом или за 2 года (период);</li> <li>- количество уникальных пользователей увеличилось на 15% по сравнению с предыдущим годом или за 2 года (период);</li> <li>- количество пользователей, отметивших, что они применяют полученные знания в своей профессиональной или личной жизни, полученные в ходе последующих опросов, увеличилось на 15% по сравнению с предыдущим годом или за 2 года (период);</li> <li>- подготовлен ежегодный анализ портала.</li> </ul>



		<p>- сотрудничать с образовательными и профессиональными организациями для перекрестного продвижения.</p> <p><b>4. Собирать обратную связь с пользователями для интерактивного совершенствования портала</b></p> <p>- поддерживать контент и платформу обновлениями.</p>				
3.4.	Начать проведение информационных кампаний по разъяснению важности статистической грамотности	<p><b>1. Разработать детальный план кампании, в котором указываются цели, целевая аудитория, ключевые сообщения, контент-планы, каналы распространения и измеряемые результаты.</b></p> <p>- составить расписание и план с разработанным контентом на различных этапах кампании.</p> <p><b>2. Составить календарь контента с указанием тем, форматов и сроков публикации.</b></p> <p><b>3. Разработать шаблоны для обеспечения единообразия визуального оформления всех контентных материалов.</b></p> <p><b>4. Готовить посты и статьи в блогах, объясняющих статистические концепции доступным языком.</b></p> <p>- создать обучающие видеоролики с участием экспертов, объясняющих важность статистической грамотности.</p> <p><b>5. Создавать интерактивную инфографику, демонстрирующую важность и ценность данных в увлекательной форме.</b></p> <p><b>6. Оптимизировать веб-сайт Нацстаткома под содержание кампании, обеспечивая соблюдение лучших практик SEO.</b></p> <p><b>7. Подготовить план социальных сетей и соответствующих постов</b></p> <p><b>8. Взаимодействовать с сообществом через живые сессии вопросов и ответов, вебинары и социальные сети.</b></p> <p><b>9. Устанавливать партнерские отношения с учебными заведениями, профессиональными организациями и СМИ для расширения охвата кампании.</b></p> <p>- выявлять потенциальных партнеров и обращаться к ним с предложением, подчеркивающим взаимную выгоду;</p> <p>- настроить аналитические инструменты для отслеживания показателей вовлеченности на всех цифровых платформах;</p>	1 квартал 2025г.	Пресс-секретарь, Отдел сводных работ, коммуникаций и распространения статистической информации, ИСИПК	РБ	<p><b>РЕЗУЛЬТАТЫ:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. организационный план кампании;</li> <li>2. план работы (контент-календарь);</li> <li>3. визуальные шаблоны;</li> <li>4. блог-пост и статьи;</li> <li>5. инфографика и видео;</li> <li>6. SEO;</li> <li>7. план и посты в социальных сетях;</li> <li>8. сессии вопросов и ответов, вебинары, мастер-классы, семинары, конференции и т.д.;</li> <li>9. партнерство с образовательными учреждениями;</li> <li>10. пресс-кит (пресс-релизы, справки, ключевые цифры, фактологические бюллетени и т.д.);</li> <li>11. взаимодействие с журналистами и представителями влиятельных кругов;</li> <li>12. выступления в СМИ, интервью, заявления и т.д.;</li> <li>13. конкурсы для пользователей;</li> <li>14. геймификация;</li> <li>15. анализ кампании;</li> <li>16. план действий.</li> </ol> <p><b>КПЭ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подготовлен план организационной работы годовой кампании;</li> <li>- подготовлен контент-план;</li> <li>- подготовлен план работы в социальных сетях;</li> <li>- количество посетителей веб-сайта увеличилось на 25% по сравнению с периодом до начала кампании;</li> <li>- количество охвата и вовлеченности в социальных сетях увеличилось на 30% по сравнению с периодом до начала кампании;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- собирать и анализировать данные о поведении аудитории для уточнения используемых инструментов и тактик.</li> </ul> <p><b>10. Создать пресс-кит, включающий пресс-релизы, брифинги, интересные ключевые цифры и фактологический бюллетень.</b></p> <p><b>11. Налаживать отношения с журналистами и влиятельными лицами в сфере образования и данных.</b></p> <p><b>12. Планировать выступления в СМИ и интервью для обсуждения кампании и ее важности.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организовывать мастер-классы, семинары и информационные стенды на бизнес-конференциях;</li> <li>- разрабатывать коммуникацию до и после проведения мероприятия, чтобы укрепить ожидание и продолжить вовлечение;</li> <li>- проводить практические демонстрации или интерактивные занятия во время мероприятий для практического понимания статистической грамотности.</li> </ul> <p><b>13. Проводить конкурсы пользовательского контента для поощрения вовлеченности.</b></p> <p><b>14. Разработать элементы геймификации для поощрения активных участников.</b></p> <p><b>15. Провести анализ кампании.</b></p> <p><b>16. Разработать план действий по возможным улучшениям на основе полученных результатов информированности.</b></p>				<ul style="list-style-type: none"> <li>- количество положительных упоминаний в СМИ (статьи и репортажи) увеличилось на 20% по сравнению с периодом до начала кампании;</li> <li>- подготовлен анализ кампании.</li> </ul>
<b>КОММУНИКАЦИОННАЯ ЦЕЛЬ № 4: Повысить доверие и авторитет Нацстаткома путем обеспечения прозрачности, точности и объективности сбора, анализа и распространения данных</b>						
4.1.	Провести базовый и итоговый исследования (опросы) статистического доверия для измерения уровня статистического доверия среди целевых групп	<p><b>1. Провести комплексное исследование для измерения текущего уровня доверия</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определить цели, задачи и ожидаемые результаты исследования;</li> <li>- разработать техническое задание для проведения исследования;</li> <li>- провести исследование.</li> </ul> <p><i>Исследование должно:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сфокусировать содержание опросов на восприятии общественностью прозрачности, точности,</li> </ul>	1 квартал 2026	Отдел сводных работ, коммуникаций и распространения статистической информации	РБ	<p><b>РЕЗУЛЬТАТЫ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организационные планы</li> <li>- опросы статистической грамотности</li> <li>- отчёт о результатах</li> </ul> <p><b>КПЭ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подготовлен организационный план базового исследования доверия;</li> <li>- подготовлен анализ базового исследования доверия;</li> </ul>

		<p>своевременности, доступности, актуальности, оперативности, объективности, вовлеченности общественности, воздействия на политику, понимание данных и т.д.;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обеспечить доступность опросов в различных форматах (онлайн, на бумажных носителях) для повышения уровня участия различных групп пользователей;</li> <li>- определить и сегментировать целевые группы и заинтересованные стороны, которые будут являться объектом доверительных опросов, с обеспечением широкой и репрезентативной выборки;</li> <li>- обеспечить эффективное распространение опросов среди целевой аудитории;</li> <li>- использовать многочисленные каналы распространения опросов для охвата широкой аудитории, включая образовательные мероприятия и инструменты (тренинги, мастер-классы, семинары, онлайн-курсы, вебинары, обучающие платформы и т.д.), сайт Нацстаткома и заинтересованных сторон/партнеров, библиотеку НАЦСТАТКОМА, электронные подписи, рассылки, каналы мессенджеров, социальные сети и т.д.;</li> <li>- собирать ответы на опросы в установленные сроки, обеспечить конфиденциальность и безопасность данных при хранении и обработке</li> <li>- проводить анализ данных опросов с целью выявления текущего уровня доверия и областей его повышения;</li> <li>- рассчитать базовый индекс доверия;</li> <li>- рассчитать итоговый статистический индекс доверия.</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>- определен базовый индекс доверия среди определенных целевых групп;</li> <li>- подготовлен организационный план итогового исследования доверия;</li> <li>- подготовлен анализ итогового исследования доверия;</li> <li>- определен итоговый статистический индекс доверия среди определенных целевых групп;</li> <li>- определены количественные показатели, по которым можно будет оценивать прогресс в области доверия и авторитета с течением времени, что обеспечит возможность оценки эффективности усилий Нацстаткома и внесения соответствующих корректировок;</li> <li>- повышение уровня доверия не менее чем на 10% после проведения коммуникационных мероприятий по сравнению с исходными показателями.</li> </ul>
4.2.	<p>Коммуницировать о любых исправлениях или дополнениях к ранее опубликованным данным для обеспечения целостности информации и поддержания доверия общественности к приверженности Нацстаткома принципам точности</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Разработать стандартную операционную процедуру.</li> <li>2. Разработать четкое руководство по управлению и передаче исправлений и обновлений.</li> <li>3. Подготовить стандартный шаблон для уведомлений об исправлениях, в котором четко указывается характер ошибки, правильная информация и извинения за причиненные неудобства. <ul style="list-style-type: none"> <li>- определить наиболее эффективные каналы передачи информации об исправлениях и обновлениях, такие как сайт Нацстаткома, социальные сети, мессенджеры, пресс-релизы,</li> </ul> </li> </ol>	2 квартал 2026	<p>Отдел сводных работ, коммуникаций и распространения статистической информации</p>	РБ	<p><b>РЕЗУЛЬТАТЫ:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. стандартная операционная процедура;</li> <li>2. руководство по исправлениям и обновлениям;</li> <li>3. стандартизированный шаблон уведомлений об исправлениях (создание уведомлений, информирующих об исправлении или обновлении данных);</li> <li>4. коммуникационные материалы (обновление веб-сайта с подробным описанием исправлений, социальные</li> </ol>

		<p>прямая связь с заинтересованными сторонами, использующими данные, и т.д.;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обеспечить оперативную публикацию любых исправлений и обновлений на первичном хранилище данных и архивирование исторических версий для обеспечения прозрачности.</li> </ul> <p><b>4. Внедрить внутреннюю систему оповещения для оперативного информирования всех соответствующих подразделений и сотрудников Нацстаткома об исправлениях или обновлениях с целью поддержания согласованности в рамках всей организации.</b></p> <p><b>5. Создать систему информирования пользователей, имеющих доступ к данным (например, информирование по электронной почте, подписка на обновления и т.д.).</b></p> <p><b>6. Проводить брифинги для СМИ в случае значительных исправлений, чтобы сообщать о них и продемонстрировать приверженность Нацстаткома к точности данных.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обучать персонал стандартным операционным процедурам по работе с исправлениями данных, чтобы все были готовы и знали о процессе;</li> <li>- предоставлять пользователям возможность сообщать о возможных ошибках или несоответствиях, создав цикл обратной связи, способствующий вовлечению пользователей;</li> </ul> <p><b>7. Отслеживать, собирать и анализировать количество исправлений и обновлений.</b></p> <p><b>8. Создать системы для сообщения об ошибках и отслеживания исправлений (отчет о результатах).</b></p> <p><b>9. Разработать план действий по внедрению извлеченных уроков для предотвращения ошибок в будущем.</b></p>				<p>сети, каналы обмена сообщениями, пресс-релизы, прямые коммуникации и т.д.);</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>система внешнего и внутреннего информирования;</li> <li>брифинги для СМИ;</li> <li>тренинги;</li> <li>отчет о результатах;</li> <li>план действий.</li> </ol> <p><u>КПЭ:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- внедрена стандартная операционная процедура;</li> <li>- подготовлено руководство по исправлениям и обновлениям;</li> <li>- внедрен стандартный шаблон информирования о корректировке;</li> <li>- количество исправлений и обновлений уменьшилось на 10% по сравнению с предыдущим годом;</li> <li>- подготовлен ежегодный анализ исправлений и обновлений.</li> </ul>
4.3.	Информирование целевых групп пользователей о наличии открытых данных и продвижение прозрачности как ключевого вопроса доверия к приверженности Нацстаткома принципам	<ol style="list-style-type: none"> <li>Разработать детальный организационный план кампании,</li> <li>Разработать четкие и лаконичные информационные материалы (брошюры, листовки, видеоролики и т.д.), разъясняющие концепцию и преимущества открытых данных.</li> <li>Разрабатывать контент-календарь для регулярного обновления и выпуска информационных материалов, чтобы</li> </ol>	1 квартал 2026	Отдел сводных работ, коммуникаций и распространения статистической информации	РБ	<p><b>РЕЗУЛЬТАТЫ:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Организационный план кампании.</li> <li>Информационные материалы (брошюры, листовки, видеоролики, учебные пособия, тематические исследования и т.д.).</li> <li>Контент-календарь.</li> <li>Коммуникационные материалы (пресс релизы на сайте Нацстаткома, блоги, информационные бюллетени, сообщения в каналах мессенджеров,</li> </ol>

	<p><b>открытости и подотчетности</b></p>	<p><b>поддерживать общественный резонанс в связи с инициативой открытых данных.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать многочисленные каналы и инструменты коммуникации, такие как веб-сайт Нацстаткома, информационные бюллетени, каналы обмена сообщениями и социальные сети, чтобы охватить пользователей там, где они наиболее активны.</li> </ul> <p><b>4. Создать коммуникационные материалы (пресс релизы на сайте Нацстаткома, блоги, информационные бюллетени, сообщения в каналах мессенджеров, инфографика, посты в социальных сетях, отзывы).</b></p> <p><b>5. Организовывать мероприятия по открытым данным (проведение мастер-классов, хакатонов и семинаров для взаимодействия с сообществом и демонстрации практического использования открытых данных.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- приглашать экспертов для выступления на тему важности прозрачности и принятия решений на основе данных.</li> </ul> <p><b>6. Проводить тренинги и готовить учебные пособия для ознакомления пользователей с доступом и использованием открытых данных.</b></p> <p><b>7. Взаимодействие со СМИ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- делиться историями и отзывами пользователей, успешно использующих открытые данные;</li> <li>- освещать различные примеры из практики пользователей, иллюстрирующих широту применения данных;</li> <li>- готовить пресс-релизы, брифинги и создавать темы для СМИ;</li> <li>- организовывать выступления и интервью с представителями Нацстаткома для обсуждения ценности открытых данных.</li> </ul>		<p>Пресс-секретарь</p>		<p>инфографика, посты в социальных сетях, отзывы и т.д.).</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Мероприятия по открытым данным.</li> <li>Тренинги.</li> <li>Взаимодействие со СМИ (пресс-релизы, брифинги, создание тем в СМИ, заявления и интервью и т.д.)</li> <li>Отчёт о результатах.</li> <li>План действий.</li> </ol> <p><u>КПЭ:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подготовлен план организационных работ кампании;</li> <li>- количество посетителей раздела открытых данных на сайте Нацстаткома увеличилось на 20% по сравнению с периодом до начала кампании;</li> <li>- количество охвата и вовлеченности в социальных сетях увеличилось на 25% по сравнению с периодом до начала кампании;</li> <li>- количество упоминаний в СМИ увеличилось на 20% по сравнению с периодом до начала кампании;</li> <li>- подготовлен анализ кампании.</li> </ul>
--	--	--	--	------------------------	--	--