**Опись документов**

в составе заявки от Соискателя, претендующего на получение субсидии из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством продукции сетевым средством массовой информации «\_\_\_\_\_\_\_\_».\_\_\_\_\_

Настоящим\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (наименование организации соискателя)

подтверждает, что для участия в конкурсном отборесреди соискателей, претендующих на получение субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством продукции сетевыми средствами массовой информации, проводимом Комитетом по печати Ленинградской области, направляются нижеперечисленные документы и материалы.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п\п | Наименование документа, материала | Кол-во  страниц | Номера страниц |
| 1. |  |  |  |
| 2. |  |  |  |
| 3. |  |  |  |
| … |  |  |  |

Руководитель организации \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(подпись) (фамилия, инициалы)

«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ г.

м.п.

Форма

ЗАЯВКА

**соискателя на участие в конкурсном отборе на получение субсидии из областного бюджета Ленинградской области в 2021 году в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством продукции сетевого средства массовой информации**

от\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

наименование юридического лица - соискателя

Сведения о сетевом средстве массовой информации

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Наименование средства массовой информации |  |
|  | Наименование организации издателя соответствующего средства массовой информации |  |
|  | Регистрационный номер и дата выдачи свидетельства о регистрации средства массовой информации |  |
|  | Учредители (соучредители) |  |
|  | Адрес фактический /юридический |  |
|  | Телефон, факс, действующий и постоянно просматриваемый e-mail редакции |  |
|  | Наличие счетчиков открытой метрики посетителей интернет ресурса | да/нет *(выбрать нужное)* |
|  | Среднее количество уникальных посетителей сетевого средства массовой информации за три месяца, предшествующих конкурсному отбору |  |
|  | Ссылки на публичные (официальные) страницы/ группы/аккаунты издания в социальной сети Интернет, с указанием количества подписчиков/участников |  |
|  | Средний охват просмотров сообщений в день, опубликованных в сообществе СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков в течение любой недели месяца, предшествующего опубликованию извещения о проведении конкурсного отбора.  Подтверждается скриншотами Интернет-страницы с данными статистики сообщества, заверенными подписью и печатью (при наличии) соискателя. |  |
|  | Среднее количество материалов средства массовой информации, посвященных вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни и иным социально-значимым темам муниципального района/городского округа Ленинградской области и для Ленинградской области в целом, опубликованных на сайте средства массовой информации в неделю |  |
|  | Среднее количество собственных материалов средства массовой информации, посвященных вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни и иным социально-значимым темам муниципального района Ленинградской области и Ленинградской области, опубликованных в социальной сети в неделю |  |
|  | Число сотрудников редакции |  |
|  | Число сотрудников редакции, возраст которых не превышает 30 лет (с указанием должности) |  |
|  | Количество и ФИО штатных и внештатных авторов |  |
|  | Директор (ФИО, рабочий телефон, мобильный телефон, e-mail) |  |
|  | Главный редактор (ФИО, рабочий телефон, мобильный телефон, e-mail) |  |
|  | Наличие в штате бухгалтера или наличие договора о ведении бухгалтерского аутсорсинга  (ФИО, рабочий телефон, мобильный телефон, e-mail) |  |
|  | День рождения средства массовой информации |  |
|  | День рождения главного редактора |  |

Руководитель организации\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

"\_\_\_\_"\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

К заявке прилагаются:

- заявление по форме о предоставлении субсидии;

- пояснительная записка (в произвольной форме) с обоснованием необходимости получения запрашиваемой субсидии с указанием размера субсидии, направлений субсидируемых расходов и сумм по каждому направлению субсидируемых расходов, подписанная уполномоченным лицом соискателя и главным бухгалтером;

- смета (по форме) прогнозируемых расходов, которые подлежат субсидированию в 2020 году;

- копии учредительных документов юридического лица, заверенные подписью и печатью(при наличии) соискателя;

- копия документа, подтверждающего полномочия руководителя соискателя, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;

- копия документа, подтверждающего полномочия главного бухгалтера и или иного лица, ответственного за ведение бухгалтерского учета;

- справка (в произвольной форме) о величине средней и минимальной месячной заработной платы работников, занятых на полный рабочий день, в течение квартала, предшествующего обращению за субсидией, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;

- копия штатного расписания соискателя, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;

- справка (в произвольной форме) об отсутствии просроченной задолженности по заработной плате, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;

- справка (в произвольной форме) о среднемесячной посещаемости сайта СМИ за три месяца, предшествующих конкурсному отбору отражающую число уникальных посетителей в месяц по данным статистических счетчиков (Яндекс.Метрика, Гугл.Аналитикс, ЛайвИнтеренет, Рамблерс Топ 100, Рейтинг Мэйл.Ру или аналог) с приложением скриншота Интернет-страницы с данными статистики, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;

- справка (по форме) о среднем количестве собственных информационных материалов, размещенных на сайте СМИ (при наличии) в неделю, с приложением скриншотов интернет страницы панели администратора сайта, отражающих данные об опубликованных материалах за три недели месяца, предшествующего опубликованию извещения о проведении конкурсного отбора;

- справка (по форме) о среднем количестве собственных информационных материалов, размещенных в сообществе СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков с приложением скриншотов интернет страницы с данными статистики сообщества СМИ, отражающими количество материалов (записей), размещенных за три недели месяца, предшествующего опубликованию извещения о проведении конкурсного отбора;

- справка (в произвольной форме) о среднем охвате просмотров информационных материалов (записей) в день, опубликованных в сообществе СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков в течение любой недели месяца, предшествующего опубликованию извещения о проведении конкурсного отбора;

- справка с данными о среднем количестве материалов СМИ, посвященных вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни и иным социально значимым темам, актуальным как для муниципального района, так и в целом для Ленинградской области, опубликованных на сайте СМИ за неделю, предшествующую дате проведения конкурсного отбора, составленная по форме, установленной в извещении.

Форма

**ЗАЯВЛЕНИЕ**

Прошу предоставить субсидию в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством продукции сетевым средством массовой информации\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(наименование СМИ)

Сообщаю, что по состоянию на \_\_.\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ года \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(наименование организации)

- не имеет просроченной задолженности по возврату в областной бюджет Ленинградской области субсидий, бюджетных инвестиций, предоставленных, в том числе в соответствии с иными правовыми актами, и иной просроченной задолженности перед областным бюджетом Ленинградской области;

- не находиться в процессе реорганизации, ликвидации, в отношении него не введена процедура банкротства, деятельность получателя субсидии не приостановлена в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации /не прекратил деятельность в качестве индивидуального предпринимателя;

- не является иностранным юридическим лицом, а также российским юридическим лицом, в уставном (складочном) капитале которого доля участия иностранных юридических лиц, местом регистрации которых является государство или территория, включенные в утверждаемый Министерством финансов Российской Федерации перечень государств и территорий, предоставляющих льготный налоговый режим налогообложения и(или) не предусматривающих раскрытия и предоставления информации при проведении финансовых операций (офшорные зоны) в отношении таких юридических лиц, в совокупности превышает 50 процентов;

- отсутствует в реестре недобросовестных поставщиков (подрядчиков, исполнителей), ведение которого осуществляется в соответствии с Федеральным [законом](consultantplus://offline/ref=3EEE1695E73B7DA6DD5C4567EBE6C2B379A6B459445889DB0F6E609889uFG1K%20) от 5 апреля 2013 года № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»;

- не получает средства из областного бюджета Ленинградской области в соответствии с иными нормативными правовыми актами на цели создания условий для эффективного взаимодействия органов государственной власти с обществом, а также в связи с производством и распространением продукции сетевым средством массовой информации Ленинградской области в соответствии со сметой расходов;

- не является юридическим лицом, учрежденным юридическим лицом, осуществляющим деятельность в качестве политической партии, политического и общественного движения;

- отсутствует задолженность по выплате заработной платы работникам;

- размер заработной платы работников составляет не ниже размера, установленного региональным соглашением о минимальной заработной плате в Ленинградской области на дату подачи заявки на участие в конкурсном отборе;

- отсутствует неисполненная обязанность по уплате налогов, сборов, страховых взносов, пеней, штрафов, процентов, подлежащих уплате в соответствии с законодательством Российской Федерации о налогах и сборах.

Руководитель организации \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ /

м.п.

Выражаю согласие на обработку Комитетом по печати Ленинградской области моих персональных данных и подтверждаю, что давая такое согласие, я действую свободно, своей волей и в своем интересе. Я выражаю свое согласие на осуществление со всеми указанными персональными данными следующих действий: сбор, запись, систематизацию, накопление, хранение, уточнение (обновление, изменение), извлечение, использование, передачу (распространение, предоставление, доступ), обезличивание, блокирование, удаление, уничтожение персональных данных, а также осуществление любых иных действий с персональными данными в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации. Обработка данных может осуществляться как с использованием средств автоматизации, так и без их использования (при неавтоматической обработке). Настоящее заявление действует на период до истечения сроков хранения соответствующей информации или документов, содержащих указанную информацию, определяемых в соответствии с законодательством Российской Федерации. Отзыв заявления осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Руководитель организации \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ /

Форма

к заявке

Справка

о среднем количестве материалов СМИ, посвященных вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни и иным социально-значимым темам, актуальным как для муниципального района/городского округа Ленинградской области, так и в целом для Ленинградской области, опубликованных на сайте СМИ   
с \_\_ по \_\_ (неделя) 20\_\_ года.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Наименование материала | Дата | Ссылка |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

Итого материалов:

Руководитель организации \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

М.П.

Форма

к заявке

Справка

о среднем количестве собственных информационных материалов, размещенных на сайте СМИ

за период с \_\_ по \_\_ (неделя) 20\_\_ года.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Наименование материала | Дата | Ссылка |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

Итого материалов:

Руководитель организации \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

М.П.

Форма

к заявке

Справка

о среднем количестве собственных информационных материалов, размещенных в сообществе СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков

за период с \_\_ по \_\_ (неделя) 20\_\_ года.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Наименование материала | Дата | Ссылка |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

Итого материалов:

Руководитель организации \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

М.П.

Форма

к заявке

**СМЕТА РАСХОДОВ**

**на финансовое обеспечение затрат в связи с производством продукции сетевым средством массовой информации**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

(наименование получателя субсидии)

**---------------------------------------------------------------------------------------------**

(наименование СМИ)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование статьи расходов | Сумма расходов (в рублях) |
|  | оплата труда двух штатных или внештатных сотрудников, расходы на оплату страховых взносов, начисляемых в пользу штатных и внештатных сотрудников, задействованных для выполнения работ, по которым в плане мероприятий установлены результаты предоставления субсидии  с раздельным учетом затрат |  |
|  | регистрация или продление регистрации доменного имени сайта СМИ в сети «Интернет» |  |
|  | техническое поддержание сайта СМИ в сети "Интернет", техническое администрирование ресурса, в том числе обеспечение его безопасности и постоянной работоспособности, услуги хостинга, аренда серверного оборудования |  |
|  | поисковая оптимизация и социальное продвижение сайта СМИ в сети «Интернет», услуги (работы) по модернизации и(или) редизайну сайта |  |
|  | оплата услуг связи, в том числе сети «Интернет» |  |
|  | оплата трафика, необходимого для работы сайта СМИ в сети «Интернет» |  |
|  | приобретение архивных материалов и прав на использование информации |  |
|  | приобретение лицензионного программного обеспечения  и оплата лицензии (расходы, связанные с получением прав  по лицензионному соглашению; расходы по адаптации, настройке, внедрению и модификации для нужд конкретной организации программного обеспечения; расходы  по сопровождению программного обеспечения) |  |
|  | приобретение компьютерного оборудования и оргтехники |  |
| Итого | |  |

**Руководитель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Главный бухгалтер \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Перечень социально значимых тем для для определения результатов предоставления субсидии**

1. Освещение реализации демографической политики в Ленинградской области, информирование о мерах социальной поддержки семьи, материнства и детства в Ленинградской области.
2. Популяризация в Ленинградской области здорового образа жизни.
   1. Повышение мотивации женщин к ведению здорового образа жизни, вовлечение в занятие физической культурой и спортом.
3. Популяризация в Ленинградской области физической культуры и спорта.
4. Популяризация культурного потенциала Ленинградской области.
5. Освещение деятельности и мер поддержки малого и среднего предпринимательства.
   1. Истории успеха и популяризация женского предпринимательства, информирование о мерах поддержки, возможностях для развития и создания своего дела.
6. Популяризация в Ленинградской области рабочих профессий, продвижение образа рабочего человека как успешного и уважаемого члена общества.
7. Популяризация внутреннего туризма в Ленинградской области, пропаганда историко-культурного наследия области.
8. Популяризация в Ленинградской области института семьи и традиционных семейных ценностей, а также пропаганда многодетности, опекунства, попечительства, усыновления детей-сирот. Укрепление семейных ценностей и привлечение общественного внимания к решению проблем детского неблагополучия.
9. Освещение развития молодежной политики в Ленинградской области.
10. Популяризация в Ленинградской области возможностей социальной интеграции людей с ограниченными возможностями здоровья, в том числе успешных примеров преодоления инвалидами социальных, экономических барьеров, ограничений среды проживания.
11. Популяризация в Ленинградской области возможностей для старшего поколения.
12. Информирование в сфере труда и занятости населения.
13. Информирование в сфере жилищно-коммунального хозяйства и благоустройства, Программа «Формирование комфортной городской среды (ФКГС) в Ленинградской области», «Год чистой воды».
14. Повышение культуры вождения и обеспечение безопасности на дорогах, снижение смертности в ДТП.
15. Пропаганда ценностей правомерного поведения и формирование правовой культуры, формирование финансово грамотного поведения населения как необходимого условия повышения уровня и качества жизни граждан.
16. Противодействие коррупции, формирование в обществе нетерпимого отношения к ее проявлениям, профилактика коррупционных нарушений.
17. Разъяснение необходимости усилий граждан в деятельности по обеспечению общественного порядка в Ленинградской области (ДНД и ОПН (общественных организаций правоохранительной направленности), популяризация деятельности действующих ДНД и ОПН.
18. Пропаганда в области предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций, обеспечения пожарной безопасности, в том числе разумного поведения в лесу в пожароопасный период, и обеспечения безопасности людей на водных объектах.
19. Противодействие идеологии терроризма и экстремизма.
20. Пропаганда бережного отношения к природе и среде проживания как важной составляющей качества жизни, формирование культуры обращения с бытовыми отходами.
21. Позитивный опыт деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций Ленинградской области, работающих на основе бюджетного финансирования.
22. Популяризация получения госуслуг через Интернет посредством портала государственных и муниципальных услуг (функций) Ленинградской области.
23. Популяризация использования услуг МФЦ в Ленинградской области.
24. Социально-экономическое развитие Ленинградской области.
25. Информирование в сфере здравоохранения (популяризация использования личного кабинета «Мое здоровье» на Едином портале государственных услуг,  профессии медицинского работника,  развития детского здравоохранения, системы оказания первичной медико-санитарной помощи,  позитивного опыта борьбы с онкологическими и сердечно-сосудистыми заболеваниями и пр.).
26. Развитие институтов гражданского общества,  укрепление в обществе духовно-нравственных, гуманистических ценностей и идеалов; возрождение и укрепление патриотических традиций, пропаганда гражданской ответственности.
27. Перепись населения.

**Количественные и качественные характеристики показателей результатов предоставления субсидии и порядок их расчета при заключении договора с получателем субсидии, требования к графику выхода материалов (информационных сообщений, фотоизображений, видеосюжетов, материалов социальной рекламы) на 2021 год**

1. Количественные характеристики и порядок их расчета при заключении договора с получателем субсидии, требования к графику выхода в 2021 году устанавливаются исходя из размера субсидии в соответствии с таблицей № 1.

2. В случае принятия Комитетом по печати Ленинградской области (далее – Комитет) решения о предоставлении дополнительных средств получателям субсидии в соответствии с пунктом 3.19 Постановления Правительства Ленинградской области от 25.03.2019 г. № 117 «Об утверждении Порядка предоставления субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством и распространением продукции сетевыми средствами массовой информации в рамках государственной программы Ленинградской области «Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области», перерасчет показателей результативности осуществляется с первого числа месяца, следующего за датой подписания дополнительного соглашения об увеличении размера предоставляемой субсидии.

3. Срок достижения показателей результатов предоставления субсидии - не позднее 31 декабря 2021 года.

4. Качественные характеристики показателей результатов предоставления субсидии:

- публикуемая информация должна быть актуальной и достоверной, не должна содержать признаков рекламы, предвыборной агитации, а также наносить ущерб репутации Администрации Ленинградской области;

- изложение информационных материалов должно быть логичным, доступным и понятным для широкой аудитории. Текст материалов, публикуемых в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», не должен содержать орфографических, грамматических, пунктуационных или стилистических ошибок;

- содержание и оформление материалов должны соответствовать законодательству, регулирующему отношения в сфере массовой информации и рекламы (Закон от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации», Закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»);

- информация о деятельности ведомств (пресс-релизы, сводки или предоставленная ведомствами информация) может использоваться при подготовке материалов.

- допускается использование материалов, изготовленных по заказу Комитета, или предоставленной органами власти Российской Федерации и предоставляемой редакциям СМИ Ленинградской области для использования.

5. Требования к материалам социальной рекламы:

- материалы социальной рекламы должны соответствовать действующему законодательству Российской Федерации (Закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»), определению социальной рекламы;

- содержание рекламного материала должно соответствовать общепринятым морально-этическим нормам;

- тематика рекламного материала должна быть актуальной и иметь социальную значимость;

- материал социальной рекламы должен соответствовать заявленной тематике, социальной проблеме и основной идее сюжета, а также целевой аудитории, к которой он адресован;

- материал социальной рекламы должен побуждать к совершению позитивных социально-значимых действий или наоборот, вызывать отрицательные эмоции или содержать негативные образы.

Допускается использование материалов социальной рекламы, изготовленной по заказу Комитета или предоставленной органами власти Российской Федерации и предоставляемой редакциям СМИ Ленинградской области для использования.

6. Требования к информационным материалам, размещаемым в составе ленты в действующих публичных (официальных) страницах/ аккаунтов СМИ в социальных сетях:

Информационные материалы (новость/пост), размещаемые в составе ленты в действующих публичных (официальных) страницах/ аккаунтов СМИ в социальных сетях, должны состоять из текстового, иллюстративного блоков и блока интерактивных опций.

Текстовый блок может быть сведен к новостному заголовку, лиду и гиперссылке на источник, размещенный на официальном сайте СМИ (сайт СМИ-получателя субсидии, сайт - официальный портал администрации Ленинградской области [www.lenobl.ru](http://www.lenobl.ru)), где пользователь может прочесть новость целиком.

Иллюстративный блок является обязательным, представлен изображением, сопровождающим текстовый блок (фото-, видеоконтентом, рисунком, анимацией, коллажем).

Блок интерактивных опций может быть представлен следующими опциями: «Комментировать» – функция, позволяющая добавить читательскую рефлексию, «Поделиться» – возможность сделать репост, чтобы новость появилась во френдленте у друзей и подписчиков читателя паблика СМИ. «Мне нравится» – «лайк».

Таблица № 1

**Количественные характеристики показателей результатов предоставления субсидии и порядок их расчета при заключении договора**

**с получателем субсидии, требования к графику выхода в 2021 году**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **В случае если размер предоставляемой субсидии составляет менее 500 000 рублей,**  **устанавливаются следующие показатели результатов предоставления субсидии:** | | | | | | | | |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Объем** | | | **Количество за период** | | | |
| **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Период** |
| **(в месяц/квартал/ полугодие/год)** |
| 1. | Наполнение сетевого издания информационными сообщениями по социально значимыми темам: |  |  |  |  |  |  |  |
| 1.1. | **Значение общего показателя** |  |  |  |  | **232** | **единиц** | **в год** |
| 1). | Количество информационных сообщений | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 15 | единиц | в месяц |
| 2). | Количество фотоизображений/фоторепортажей: | Не менее | 3 | фотографий в рамках фоторепортажа | Не менее | 4 | единиц | в год |
| 3) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 2 | минуты | Не менее | 2 | единиц | в месяц |
| 4) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 2 | единиц | в месяц |
| 2. | **Наполнение ленты в действующих публичных (официальных) страниц/ аккаунтов СМИ в социальных сетях \*** | **Не менее** |  |  | **Не менее** | **204** | **единиц** | **в год** |
| 1). | Количество информационных сообщений | Не менее | 200 | знаков | Не менее | 10 | единиц | в месяц |
| 2). | Количество фотоизображений: |  |  |  |  | 3 | единиц | за месяц |
| 3) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 30 | секунд | Не менее | 2 | единиц | в месяц |
| 4) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 2 | единиц | в месяц |
| 3. | Обеспечение роста среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ (определенного по состоянию за три месяца, предшествующих конкурсному отбору по данным статистических счетчиков) |  |  |  | Не менее | 3 | процента от среднемесячного числа уникальных посетителей | в год |
| 4. | Обеспечение роста числа участников сообществ СМИ в социальных сетях |  |  |  | Не менее | 3 | процента от числа на дату подачи заявки на участие в конкурсном отборе | в год |
| \* Допускается дублирование материалов, опубликованных на сайте сетевого издания в соответствии с пунктом 1.2. | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **В случае если размер предоставляемой субсидии составляет от 500 001 рублей до 1 000 000 рублей,  устанавливаются следующие показатели результатов предоставления субсидии:** | | | | | | | | |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Объем** | | | **Количество за период** | | | |
| **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Период** |
| **(в месяц/квартал /полугодие/год)** |
| 1. | Наполнение сетевого издания информационными сообщениями по социально значимыми темам: |  |  |  |  |  |  |  |
| 1.1. | **Значение общего показателя** |  |  |  |  | **292** | **единиц** | **в год** |
| 1). | Количество информационных сообщений | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 20 | единиц | в месяц |
| 2). | Количество фотоизображений/фотоизображений: | Не менее | 3 | фотографий в рамках фоторепортажа | Не менее | 4 | единиц | в год |
| 3) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 2 | минуты | Не менее | 2 | единиц | в месяц |
| 4) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 2 | единиц | в месяц |
| 2. | **Наполнение ленты в действующих публичных (официальных) страниц/ аккаунтов СМИ в социальных сетях\*** | **Не менее** |  |  | **Не менее** | **204** | **единиц** | **в год** |
| 1). | Количество информационных сообщений | Не менее | 200 | знаков | Не менее | 10 | единиц | в месяц |
| 2). | Количество фотоизображений: |  |  |  |  | 3 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 30 | секунд | Не менее | 2 | единиц | месяц |
| 4) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 2 | единиц | в месяц |
| 3. | Обеспечение роста среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ (определенного по состоянию за три месяца, предшествующих конкурсному отбору по данным статистических счетчиков) |  |  |  | Не менее | 3 | процента от среднемесячного числа уникальных посетителей | в год |
| 4. | Обеспечение роста числа участников сообществ СМИ в социальных сетях |  |  |  | Не менее | 3 | процента от числа на дату подачи заявки на участие в конкурсном отборе | в год |
| \* Допускается дублирование материалов, опубликованных на сайте сетевого издания в соответствии с пунктом 1.2. | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **В случае если размер предоставляемой субсидии составляет от 1 000 001 рублей до 1 500 000 рубл,**  **устанавливаются следующие показатели результатов предоставления субсидии:** | | | | | | | | |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Объем** | | | **Количество за период** | | | |
| **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Период** |
| **(в месяц/квартал /полугодие/год)** |
| 1. | Наполнение сетевого издания информационными сообщениями по социально значимыми темам: |  |  |  |  |  |  |  |
| 1.1. | **Значение общего показателя** |  |  |  |  | **402** | **единиц** | **в год** |
| 1). | Количество информационных сообщений | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 25 | единиц | в месяц |
| 2). | Количество фотоизображений/фотоизображений: | Не менее | 3 | фотографий в рамках фоторепортажа | Не менее | 6 | единиц | в год |
| 3) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 2 | минуты | Не менее | 4 | единиц | в месяц |
| 4) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 4 | единиц | в месяц |
| 2. | **Наполнение ленты в действующих публичных (официальных) страниц/ аккаунтов СМИ в социальных сетях \*** | **Не менее** |  |  | **Не менее** | **216** | **единиц** | **в год** |
| 1). | Количество информационных сообщений | Не менее | 200 | знаков | Не менее | 10 | единиц | в месяц |
| 2). | Количество фотоизображений: |  |  |  |  | 4 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 30 | секунд | Не менее | 2 | единиц | в месяц |
| 4) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 2 | единиц | в месяц |
| 3. | Обеспечение роста среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ (определенного по состоянию за три месяца, предшествующих конкурсному отбору по данным статистических счетчиков) |  |  |  | Не менее | 3 | процента от среднемесячного числа уникальных посетителей | в год |
| 4. | Обеспечение роста числа участников сообществ СМИ в социальных сетях |  |  |  | Не менее | 3 | процента от числа на дату подачи заявки на участие в конкурсном отборе | в год |
| \* Допускается дублирование материалов, опубликованных на сайте сетевого издания в соответствии с пунктом 1.2. | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **В случае если размер предоставляемой субсидии составляет от 1 500 001 рублей до 2 000 000 рублей, устанавливаются следующие показатели результатов предоставления субсидии:** | | | | | | | | |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Объем** | | | **Количество за период** | | | |
| **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Период** |
| **(в месяц/квартал/ полугодие/год)** |
| 1. | Наполнение сетевого издания информационными сообщениями по социально значимыми темам: |  |  |  |  |  |  |  |
| **1.1.** | **Значение общего показателя** |  |  |  |  | **462** | **единиц** | **в год** |
| 1). | Количество информационных сообщений | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 30 | единиц | в месяц |
| 2). | Количество фоторепортажей: | Не менее | 3 | фотографий в рамках фоторепортажа | Не менее | 6 | единиц | в год |
| 3) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 2 | минуты | Не менее | 4 | единиц | в месяц |
| 4) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 4 | единиц | в месяц |
| **2.** | **Наполнение ленты в действующих публичных (официальных) страниц/ аккаунтов СМИ в социальных сетях \*** | **Не менее** |  |  | **Не менее** | **276** | **единиц** | **в год** |
| 1). | Количество информационных сообщений | Не менее | 200 | знаков | Не менее | 15 | единиц | в месяц |
| 2). | Количество фотоизображений: |  |  |  |  | 4 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 30 | секунд | Не менее | 2 | единиц | в месяц |
| 4) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 2 | единиц | в месяц |
| 3. | Обеспечение роста среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ (определенного по состоянию за три месяца, предшествующих конкурсному отбору по данным статистических счетчиков) |  |  |  | Не менее | 3 | процента от среднемесячного числа уникальных посетителей | в год |
| 4. | Обеспечение роста числа участников сообществ СМИ в социальных сетях |  |  |  | Не менее | 3 | процента от числа на дату подачи заявки на участие в конкурсном отборе | в год |
| \* Допускается дублирование материалов, опубликованных на сайте сетевого издания в соответствии с пунктом 1.2. | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **В случае если размер предоставляемой субсидии составляет от 2 000 001 рублей до 2 500 000 рублей, устанавливаются следующие показатели результатов предоставления субсидии:** | | | | | | | | |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Объем** | | | **Количество за период** | | | |
| **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Период** |
| **(в месяц/квартал/ полугодие/год)** |
| 1. | Наполнение сетевого издания информационными сообщениями по социально значимыми темам: |  |  |  |  |  |  |  |
| 1.1. | **Значение общего показателя** |  |  |  |  | **572** | **единиц** | **в год** |
| 1). | Количество информационных сообщений | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 35 | единиц | в месяц |
| 2). | Количество фоторепортажей: | Не менее | 3 | фотографий в рамках фоторепортажа | Не менее | 8 | единиц | в год |
| 3) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 2 | минуты | Не менее | 6 | единиц | в месяц |
| 4) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 6 | единиц | в месяц |
| 2. | **Наполнение ленты в действующих публичных (официальных) страниц/ аккаунтов СМИ в социальных сетях \*** | **Не менее** |  |  | **Не менее** | **312** | **единиц** | **в год** |
| 1). | Количество информационных сообщений | Не менее | 200 | знаков | Не менее | 15 | единиц | в месяц |
| 2). | Количество фотоизображений: |  |  |  |  | 5 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 30 | секунд | Не менее | 3 | единиц | в месяц |
| 4) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 3 | единиц | в месяц |
| 3. | Обеспечение роста среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ (определенного по состоянию за три месяца, предшествующих конкурсному отбору по данным статистических счетчиков) |  |  |  | Не менее | 3 | процента от среднемесячного числа уникальных посетителей | в год |
| 4. | Обеспечение роста числа участников сообществ СМИ в социальных сетях |  |  |  | Не менее | 3 | процента от числа на дату подачи заявки на участие в конкурсном отборе | в год |
| \* Допускается дублирование материалов, опубликованных на сайте сетевого издания в соответствии с пунктом 1.2. | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **В случае если размер предоставляемой субсидии составляет от 2 500 001 рублей до 3 000 000 рублей, устанавливаются следующие показатели результатов предоставления субсидии:** | | | | | | | | |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Объем** | | | **Количество за период** | | | |
| **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Период (в месяц/квартал /полугодие/год)** |
| 1. | Наполнение сетевого издания информационными сообщениями по социально значимыми темам: |  |  |  |  |  |  |  |
| 1.1. | **Значение общего показателя** |  |  |  |  | **632** | **единиц** | **в год** |
| 1). | Количество информационных сообщений | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 40 | единиц | в месяц |
| 2). | Количество фоторепортажей: | Не менее | 3 | фотографий в рамках фоторепортажа | Не менее | 8 | единиц | в год |
| 3) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 2 | минуты | Не менее | 6 | единиц | в месяц |
| 4) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 6 | единиц | в месяц |
| 2. | **Наполнение ленты в действующих публичных (официальных) страниц/ аккаунтов СМИ в социальных сетях \*** | **Не менее** |  |  | **Не менее** | **372** | **единиц** | **в год** |
| 1). | Количество информационных сообщений | Не менее | 200 | знаков | Не менее | 20 | единиц | в месяц |
| 2). | Количество фотоизображений/фотоизображений: |  |  |  |  | 5 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 30 | секунд | Не менее | 3 | единиц | в месяц |
| 4) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 3 | единиц | в месяц |
| 3. | Обеспечение роста среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ (определенного по состоянию за три месяца, предшествующих конкурсному отбору по данным статистических счетчиков) |  |  |  | Не менее | 3 | процента от среднемесячного числа уникальных посетителей | в год |
| 4. | Обеспечение роста числа участников сообществ СМИ в социальных сетях |  |  |  | Не менее | 3 | процента от числа на дату подачи заявки на участие в конкурсном отборе | в год |
| \* Допускается дублирование материалов, опубликованных на сайте сетевого издания в соответствии с пунктом 1.2. | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **В случае если размер предоставляемой субсидии составляет от 3 000 001 рублей до 3 500 000 рублей, устанавливаются следующие показатели результатов предоставления субсидии:** | | | | | | | | |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Объем** | | | **Количество за период** | | | |
| **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Период** |
| **(в месяц/квартал /полугодие/год)** |
| 1. | Наполнение сетевого издания информационными сообщениями по социально значимыми темам: |  |  |  |  |  |  |  |
| **1.1.** | **Значение общего показателя** |  |  |  |  | **742** | **единиц** | **в год** |
| 1). | Количество информационных сообщений | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 45 | единиц | в месяц |
| 2). | Количество фоторепортажей: | Не менее | 3 | фотографий в рамках фоторепортажа | Не менее | 10 | единиц | в год |
| 3) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 2 | минуты | Не менее | 8 | единиц | в месяц |
| 4) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 8 | единиц | в месяц |
| 2. | **Наполнение ленты в действующих публичных (официальных) страниц/ аккаунтов СМИ в социальных сетях \*** | **Не менее** |  |  | **Не менее** | **468** | **единиц** | **в год** |
| 1). | Количество информационных сообщений | Не менее | 200 | знаков | Не менее | 25 | единиц | в месяц |
| 2). | Количество фотоизображений: |  |  |  |  | 6 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 30 | секунд | Не менее | 4 | единиц | в месяц |
| 4) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 4 | единиц | в месяц |
| 3. | Обеспечение роста среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ (определенного по состоянию за три месяца, предшествующих конкурсному отбору по данным статистических счетчиков) |  |  |  | Не менее | 3 | процента от среднемесячного числа уникальных посетителей | в год |
| 4. | Обеспечение роста числа участников сообществ СМИ в социальных сетях |  |  |  | Не менее | 3 | процента от числа на дату подачи заявки на участие в конкурсном отборе | в год |
| \* Допускается дублирование материалов, опубликованных на сайте сетевого издания в соответствии с пунктом 1.2. | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **В случае если размер предоставляемой субсидии составляет от 3 500 001 рублей до 4 000 000 рублей, устанавливаются следующие показатели результатов предоставления субсидии:** | | | | | | | | |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Объем** | | | **Количество за период** | | | |
| **Не менее** | **Количество** | **единица измерения** | **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Период (в месяц/квартал /полугодие/год)** |
| 1. | Наполнение сетевого издания информационными сообщениями по социально значимыми темам: |  |  |  |  |  |  |  |
| **1.1.** | **Значение общего показателя** |  |  |  |  | **802** | **единиц** | **в год** |
| 1). | Количество информационных сообщений | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 50 | единиц | в месяц |
| 2). | Количество фоторепортажей: | Не менее | 3 | фотографий в рамках фоторепортажа | Не менее | 10 | единиц | в год |
| 3) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 2 | минуты | Не менее | 8 | единиц | в месяц |
| 4) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 8 | единиц | в месяц |
| **2.** | **Наполнение ленты в действующих публичных (официальных) страниц/ аккаунтов СМИ в социальных сетях в период с июля по декабрь 2020 года \*** | **Не менее** |  |  | **Не менее** | **468** | **единиц** | **в год** |
| 1). | Количество информационных сообщений | Не менее | 200 | знаков | Не менее | 25 | единиц | в месяц |
| 2). | Количество фотоизображений/фотоизображений: |  |  |  |  | 6 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 30 | секунд | Не менее | 4 | единиц | в месяц |
| 4) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 4 | единиц | в месяц |
| 3. | Обеспечение роста среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ (определенного по состоянию за три месяца, предшествующих конкурсному отбору по данным статистических счетчиков) |  |  |  | Не менее | 3 | процента от среднемесячного числа уникальных посетителей | в год |
| 4. | Обеспечение роста числа участников сообществ СМИ в социальных сетях |  |  |  | Не менее | 3 | процента от числа на дату подачи заявки на участие в конкурсном отборе | в год |
| \* Допускается дублирование материалов, опубликованных на сайте сетевого издания в соответствии с пунктом 1.2. | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **В случае если размер предоставляемой субсидии составляет от 4 000 001 рублей до 4 500 000 рублей, устанавливаются следующие показатели результатов предоставления субсидии:** | | | | | | | | |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Объем** | | | **Количество за период** | | | |
| **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Период (в месяц/квартал /полугодие/год)** |
| 1. | Наполнение сетевого издания информационными сообщениями по социально значимыми темам: |  |  |  |  |  |  |  |
| **1.1.** | **Значение общего показателя** |  |  |  |  | **912** | **единиц** | **в год** |
| 1). | Количество информационных сообщений | Не менее | 700 | знаков с пробелами | Не менее | 55 | единиц | в месяц |
| 2). | Количество фоторепортажей/фотоизображений: | Не менее | 3 | фотографий в рамках фоторепортажа | Не менее | 12 | единиц | в год |
| 3) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 2 | минут | Не менее | 10 | единиц | в месяц |
| 4) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 10 | единиц | в месяц |
| **2.** | **Наполнение ленты в действующих публичных (официальных) страниц/ аккаунтов СМИ в социальных сетях \*** | **Не менее** |  |  | **Не менее** | **504** | **единиц** | **в год** |
| 1). | Количество информационных сообщений | Не менее | 200 | знаков | Не менее | 25 | единиц | в месяц |
| 2). | Количество фотоизображений/фоторепортажей: |  |  |  |  | 7 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 30 | секунд | Не менее | 5 | единиц | в месяц |
| 4) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 5 | единиц | в месяц |
| 3. | Обеспечение роста среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ (определенного по состоянию за три месяца, предшествующих конкурсному отбору по данным статистических счетчиков) |  |  |  | Не менее | 3 | процента от среднемесячного числа уникальных посетителей | в год |
| 4. | Обеспечение роста числа участников сообществ СМИ в социальных сетях |  |  |  | Не менее | 3 | процента от числа на дату подачи заявки на участие в конкурсном отборе | в год |
| \* Допускается дублирование материалов, опубликованных на сайте сетевого издания в соответствии с пунктом 1.2. | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **В случае если размер предоставляемой субсидии составляет от 4 500 001 рублей до 5 000 000 рублей, устанавливаются следующие показатели результатов предоставления субсидии:** | | | | | | | | |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Объем** | | | **Количество за период** | | | |
| **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Период** |
| **(в месяц/квартал /полугодие/год)** |
| 1. | Наполнение сетевого издания информационными сообщениями по социально значимыми темам: |  |  |  |  |  |  |  |
| **1.1.** | **Значение общего показателя** |  |  |  |  | **972** | **единиц** | **в год** |
| 1). | Количество информационных сообщений | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 60 | единиц | в месяц |
| 2). | Количество фоторепортажей/фотоизображений: | Не менее | 3 | фотографий в рамках фоторепортажа | Не менее | 12 | единиц | в год |
| 3) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 2 | минуты | Не менее | 10 | единиц | в месяц |
| 4) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 10 | единиц | в месяц |
| 2. | **Наполнение ленты в действующих публичных (официальных) страниц/ аккаунтов СМИ в социальных сетях \*** | **Не менее** |  |  | **Не менее** | **564** | **единиц** | **в год** |
| 1). | Количество информационных сообщений | Не менее | 200 | знаков | Не менее | 30 | единиц | в месяц |
| 2). | Количество фотоизображений: |  |  |  |  | 7 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 30 | секунд | Не менее | 5 | единиц | в месяц |
| 4) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 5 | единиц | в месяц |
| 3. | Обеспечение роста среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ (определенного по состоянию за три месяца, предшествующих конкурсному отбору по данным статистических счетчиков) |  |  |  | Не менее | 3 | процента от среднемесячного числа уникальных посетителей | в год |
| 4. | Обеспечение роста числа участников сообществ СМИ в социальных сетях |  |  |  | Не менее | 3 | процента от числа на дату подачи заявки на участие в конкурсном отборе | в год |
| \* Допускается дублирование материалов, опубликованных на сайте сетевого издания в соответствии с пунктом 1.2. | | | | | | | | |