

**ИНСТРУКЦИЯ
ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА
СЪДЪРЖАНИЕТО В УЕБСАЙТОВЕТЕ
И СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ
INSTRUCTION
FOR CONTENT OF WEBSITES AND
SOCIAL MEDIA**

**ВИСШЕ УЧИЛИЩЕ ПО МЕНИДЖМЪНТ
VARNA UNIVERSITY OF MANAGEMENT**

Настоящият документ е изготвен на български и английски език. При несъответствие между двете езикови версии предимство има българският текст. Когато въпросът се урежда от правила или процедури на партньорска институция, се прилагат съответните правила или процедури на тази институция.

This document is prepared in Bulgarian and English. In case of discrepancy between the two language versions, the Bulgarian version shall prevail. Where a matter is governed by the rules or procedures of a partner institution, the relevant rules or procedures of that institution shall apply.

български	English
ИНСТРУКЦИЯ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА СЪДЪРЖАНИЕТО В УЕБСАЙТОВЕТЕ И СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ	INSTRUCTION FOR CONTENT OF WEBSITES AND SOCIAL MEDIA
Член 1. Въведение Висше училище по мениджмънт (ВУМ) е институция с утвърден международен профил и многообразна академична общност, включваща студенти и преподаватели от различни държави, култури и образователни системи. Поради това начинът, по който ВУМ комуникира онлайн - чрез официалните си уебсайтове, социални мрежи и допълнителни платформи - е не само въпрос на техническа поддръжка, а ключов елемент от институционалното представяне, публичната отчетност и изграждането на доверие.	Article 1. Introduction Varna University of Management (VUM) is an institution with an established international profile and a diverse academic community, including students and faculty from different countries, cultures, and educational systems. Therefore, the way VUM communicates online – through its official websites, social media, and additional platforms – is not only a matter of technical maintenance, but a key element of institutional presentation, public accountability, and building trust.
Член 2. Предмет и цел на документа Настоящата инструкция урежда принципите, отговорностите, процесите и стандартите за управление, създаване, публикуване и поддържане на съдържание в уебсайтовете и социалните мрежи, администрирани от ВУМ.	Article 2. Subject and Purpose of the Document This Instruction sets out the principles, responsibilities, processes and standards for the management, creation, publication and maintenance of content on the websites and social media channels administered by VUM.
Член 3. Определения По смисъла на настоящата инструкция: (1) „Официални дигитални канали“ са уебсайтовете, социалните мрежи и други платформи/профили, посочени в <u>чл. 7</u> , които са създадени, администрирани или официално управлявани от ВУМ.	Article 3. Definitions For the purposes of this instruction: (1) “Official digital channels” are the websites, social media, and other platforms/profiles specified in <u>Art. 7</u> , which are created, administered, or officially managed by VUM.

ИНСТРУКЦИЯ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА СЪДЪРЖАНИЕТО В УЕБСАЙТОВЕТЕ И СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ
INSTRUCTION FOR CONTENT OF WEBSITES AND SOCIAL MEDIAPROCE

- | | |
|--|---|
| <p>(2) „Съдържание“ са всякакви текстове, изображения, графики, видео, аудио, файлове, линкове, публикации, коментари, съобщения, бюлетини, както и елементи на визуалната идентичност и други материали, предназначени за публично разпространение.</p> <p>(3) „Публикуване“ е всяко действие по публично споделяне, качване, излъчване, показване или разпространение на съдържание в официалните дигитални канали на ВУМ.</p> <p>(4) „Техническо публикуване“ е извършването на действията по т. 3 в администраторски панели (CMS), социални платформи, рекламни акаунти и други системи.</p> <p>(5) „Подател“ е всяко лице/звено/организация, което предоставя съдържание или предложение за публикуване, включително трети лица и изпълнители.</p> <p>(6) „Упълномощен изпълнител“ е външно лице/организация или вътрешен изпълнител (служител на ВУМ), на който/която с писмен акт (договор/възлагателно писмо/заповед/длъжностна характеристика) са възложени дейности по техническа поддръжка и/или техническо публикуване и са предоставени съответни права за достъп.</p> <p>(7) „Чувствителна тема/публикация с висок риск“ е съдържание, което може да породи значим репутационен, правен или финансов риск за ВУМ, включително (но не само) публикации, свързани с инциденти, жалби, дисциплинарни случаи, съдебни/административни производства, партньорства/договори, публични обвинения, кризисни ситуации, политически/религиозни теми, както и всяка публикация, за която Отдел „Маркетинг и прием“ прецени, че изисква одобрение от Ръководството.</p> <p>(8) „Непубликувана информация/материали“ са информация или материали, които не са публикувани официално от ВУМ и/или не са предназначени за публично разпространение, включително вътрешна кореспонденция, чернови, „зад кулисите“ кадри, неутвърдени визуализации и данни.</p> <p>(9) "Бранд наръчник" е утвърденият от Ръководството документ, съдържащ правилата за използване на логото, цветовете, типографията, визуалната идентичност и комуникационния стил на ВУМ. При</p> | <p>(2) "Content" means any texts, images, graphics, video, audio, files, links, posts, comments, messages, newsletters, as well as elements of visual identity and other materials intended for public distribution.</p> <p>(3) "Posting" means any action of publicly sharing, uploading, broadcasting, displaying, or distributing content on VUM's official digital channels.</p> <p>(4) "Technical posting" means performing the actions under item 3 in administrative panels (CMS), social platforms, advertising accounts, and other systems.</p> <p>(5) "Sender" means any person/unit/organisation that provides content or a proposal for posting, including third parties and contractors.</p> <p>(6) "Authorised contractor" means an external person/organisation or an internal contractor (VUM employee) who, by a written act (contract/assignment letter/order/job description), has been assigned activities for technical maintenance and/or technical posting and has been granted relevant access rights.</p> <p>(7) "Sensitive topic/high-risk post" means content that may generate significant reputational, legal, or financial risk for VUM, including (but not limited to) posts related to incidents, complaints, disciplinary cases, legal/administrative proceedings, partnerships/contracts, public accusations, crisis situations, political/religious topics, as well as any post which according to the Marketing and Admissions Department requires approval from the Management.</p> <p>(8) "Unpublished information/materials" means information or materials that have not been officially published by VUM and/or are not intended for public distribution, including internal correspondence, drafts, 'behind-the-scenes' footage, unapproved visuals, and data.</p> <p>(9) "Brand Book" refers to the document approved by the Management of VUM, which contains the rules for the use of the VUM logo, colours, typography, visual identity and communication style. In the event of an update to the Brand</p> |
|--|---|

ИНСТРУКЦИЯ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА СЪДЪРЖАНИЕТО В УЕБСАЙТОВЕТЕ И СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ
INSTRUCTION FOR CONTENT OF WEBSITES AND SOCIAL MEDIAPROCE

актуализиране на Бранд наръчника новата версия се прилага от датата на утвърждаването ѝ. (10) „Бранд активи“ са елементите на визуалната идентичност и материалите, описани в чл. 8, ал.(8) и Приложение №1.	Book, the new version shall apply from the date of its approval. (10) “Brand assets” mean the elements of visual identity and materials described in <u>Art. 8, para.(8)</u> and <u>Appendix №1</u>.
Член 4. Функции на инструкцията Инструкцията изпълнява следните ключови функции: (1) да гарантира, че публичното съдържание, публикувано от името на ВУМ, е вярно, актуално и представено в утвърден академичен и институционален стил; (2) да осигури ясен и проследим работен процес между отделните звена, така че съдържанието да преминава по прозрачен маршрут - от събиране, през редакция и съгласуване, до публикуване; (3) да предотврати рискове, свързани с неподходящо съдържание, нарушаване на лични данни, фактологични грешки и стилови несъответствия с бранда на институцията; (4) да поддържа последователна визуална и комуникационна идентичност на ВУМ и неговите международни партньори във всички дигитални канали; (5) да подпомогне ефективното разпространение на съдържанието чрез планирано, добре структурирано и стратегически насочено дигитално присъствие.	Article 4. Functions of the Instruction The Instruction has the following key functions: (1) to guarantee that the public content published on behalf of VUM is accurate, up-to-date, and presented in an approved academic and institutional style; (2) to ensure a clear and traceable workflow between the individual units, so that content follows a transparent path – from collection, through editing and coordination, to posting; (3) to prevent risks associated with inappropriate content, personal data breaches, factual errors, and stylistic inconsistencies with the institution's brand; (4) to maintain a consistent visual and communication identity of VUM and its international partners across all digital channels; (5) to support the effective distribution of content through a planned, well-structured, and strategically targeted digital presence.
Член 5. Основни принципи на дигиталната комуникация (1) Всяко съдържание, публикувано и/или разпространявано чрез официалните дигитални канали на ВУМ, се разглежда като официална комуникация на ВУМ и следва да отговаря на установените принципи на дигиталната комуникация. Публикуването и/или използването на съдържание, свързано с ВУМ, в лични и/или професионални канали извън официалните, се извършва при условията и по реда на <u>чл. 14</u>. (2) Публикуваното съдържание следва да съответства на утвърдената дигитална стратегия на ВУМ и да допринася за изграждането и поддържането на институционалния авторитет на висшето училище, обществения имидж и академичната	Article 5. Main Principles of Digital Communication (1) Any content posted and/or distributed through the official digital channels of VUM is considered an official communication of VUM and must comply with the established principles of digital communication. The posting and/or use of content related to VUM in personal and/or professional channels outside the official ones shall be carried out under the conditions and in accordance with the procedure of <u>Art. 14</u>. (2) The posted content must comply with VUM's approved digital strategy and contribute to the building and maintenance of the university's institutional authority, public image, and academic reputation.

репутация. (3) Точност, достоверност и автентичност 1) Публикува се единствено проверена и потвърдена информация, която е фактологически коректна, основана на проверими източници и факти и съобразена с официалните позиции на висшето училище. 2) Публикуваното съдържание следва да представя реални лица, събития, дейности и постижения. 3) При наличие на съмнение относно достоверността на информацията, публикуването се преустановява до нейното потвърждаване. (4) Последователност и визуална идентичност 1) Всички текстови и визуални материали следва да бъдат изготвяни в съответствие с утвърдения бранд наръчник на ВУМ, както и с приложимите указания на международните партньори на висшето училище. 2) Визуалната идентичност се поддържа последователно и се прилага еднакво във всички дигитални канали, като част от институционалния образ на ВУМ. 3) Бранд наръчникът на ВУМ, оформен като <u>Приложение №1 (PDF)</u>, е неразделна част от настоящата инструкция. Отдел „Маркетинг и прием“ поддържа, съхранява и прави достъпна актуалната версия на <u>Приложение №1</u>, като обозначава версия и дата на влизане в сила; актуалната версия се използва като единствен валиден документ за целите на настоящата инструкция. Отклонения от изискванията на бранд наръчника се допускат само след писмено съгласуване с Отдел „Маркетинг и прием“. (5) Етичност и уважение 1) Дигиталната комуникация на ВУМ се основава на принципите на академична честност, равнопоставеност, уважение към многообразието и международната академична среда. 2) Не се допускат дискриминационни, агресивни, обидни, подвеждащи или уронващи престижа на висшето училище, негови служители, преподаватели, студенти и партньори, формулировки и	(3) Accuracy, Credibility, and Authenticity a) Only verified and confirmed information that is factually correct, based on verifiable sources and facts, and aligned with the official positions of the university shall be posted. b) The posted content must present real persons, events, activities, and achievements. c) In the event of doubt regarding the credibility of the information, posting shall be suspended until it is confirmed. (4) Consistency and Visual Identity a) All text and visual materials must be prepared in accordance with VUM's approved Brand Book, as well as with the applicable guidelines of the university's international partners. b) The visual identity shall be maintained consistently and applied uniformly across all digital channels as part of VUM's institutional image. c) VUM's Brand Book, formatted as <u>Appendix №1 (PDF)</u>, is an inseparable part of this Instruction. The Marketing and Admissions Department maintains, stores, and makes accessible the current version of <u>Appendix №1</u>, by indicating the version and the date of entry into force; the current version shall be used as the sole valid document for the purposes of this instruction. Deviations from the requirements of the Brand Book are permitted only after written confirmation by the Marketing and Admissions Department. (5) Ethical Standards and Respect a) VUM's digital communication is based on the principles of academic honesty, equality, respect for diversity, and the international academic environment. b) Discriminatory, aggressive, offensive, misleading, or prestigious-harming wording and messages regarding the university, its academic and administrative staff, students and partners, are not permitted.
---	--

ИНСТРУКЦИЯ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА СЪДЪРЖАНИЕТО В УЕБСАЙТОВЕТЕ И СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ
INSTRUCTION FOR CONTENT OF WEBSITES AND SOCIAL MEDIAPROCE

послания. 3) Не се засягат политически или религиозни теми от името на ВУМ по начин, който може да доведе до поляризация, да увреди репутацията на институцията или да влезе в противоречие с приложимото законодателство. 4) Комуникацията е уважителна към всички националности, култури и групи. (6) Защита на личните данни 1) Публикуването и/или използването на лични данни, изображения, както и на аудио- и видеозаписи се допуска при наличие на приложимо правно основание (включително информирано съгласие, когато е необходимо) в съответствие с приложимото законодателство. 2) Конкретните изисквания и ограничения при използване на текст, изображения, аудио- и видеоматериали са уредени в <u>чл. 16</u>. (7) Двуетичност 1) Дигиталната комуникация на ВУМ се осъществява на български и английски език. 2) Комуникацията на български език е насочена към националната аудитория, а тази на английски език - към международните студенти, партньори и преподаватели. 3) Преводите следва да бъдат точни, професионални и съобразени с българската и британската езикова норма, като стилът отговаря на стандартите на академична институция.	c) Political or religious topics shall not be addressed on behalf of VUM in a way that could lead to polarisation, damage the reputation of the institution, or conflict with applicable legislation. d) Communication shall be respectful of all nationalities, cultures, and groups. (6) Personal Data Protection a) The posting and/or use of personal data, images, as well as audio and video recordings is permitted only in the presence of an applicable legal basis (including informed consent, when necessary) in accordance with the applicable legislation. b) The specific requirements and restrictions regarding the use of text, images, audio, and video materials are regulated in <u>Art. 16</u>. (7) Dual-Language Policy a) VUM's digital communication shall be carried out in both Bulgarian and English. b) Communication in Bulgarian addresses the national audience, while communication in English is targeted at international students, partners, and faculty. c) Translations must be accurate, professional, and aligned with both Bulgarian and British linguistic standards, with the style meeting the expectations of an academic institution.
Член 6. Обхват по лица и звена Инструкцията се прилага за следните категории лица и звена: (1) служители от Отдел „Маркетинг и прием“, отговорни за планирането, координацията, редакцията и контрола на дигиталното съдържание; (2) служители от други административни звена, които поддържат, актуализират или предоставят информация за конкретни раздели в уебсайтовете и други официални дигитални канали на ВУМ;	Article 6. Scope by Persons and Units The instruction applies to the following categories of persons and units: (1) employees of the Marketing and Admissions Department responsible for the planning, coordination, editing, and control of the digital content; (2) employees from other administrative units who maintain, update, or provide information for specific sections on the websites and other official digital channels of VUM;

ИНСТРУКЦИЯ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА СЪДЪРЖАНИЕТО В УЕБСАЙТОВЕТЕ И СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ
INSTRUCTION FOR CONTENT OF WEBSITES AND SOCIAL MEDIAPROCE

- | | |
|---|---|
| <p>(3) служители и членове на академичния състав, които предоставят информация, материали или предложения за публикуване и/или участват в комуникации, свързани с представянето на ВУМ в дигитална среда;</p> <p>(4) външни изпълнители (лица/организации извън щата на ВУМ), както и вътрешни изпълнители (служители на ВУМ), на които са възложени дейности по техническа поддръжка, дизайн, разработка, публикуване или управление на съдържание;</p> <p>(5) трети лица, включително партньори, организации, агенции, студенти, възпитаници, доставчици и други лица/организации, които:</p> <ol style="list-style-type: none">1) предоставят информация, текстове, изображения, видеоматериали или други материали за публикуване чрез официалните дигитални канали на ВУМ; и/или2) разпространяват, споделят (share), препубликуват (repost), цитират, възпроизвеждат, преработват или по друг начин използват съдържание, информация или визуални елементи, произхождащи от официалните дигитални канали на ВУМ, в свои лични или организационни дигитални канали, когато това използване е свързано с дейности, събития, кампании или представяне на ВУМ и/или може да създаде впечатление за официална позиция, одобрение, партньорство или комуникация от името на ВУМ. <p>(6) служители и членове на академичния състав на ВУМ, когато действат извън служебните си задължения (в лично качество или чрез свързани с тях организации/търговски дружества), и които:</p> <ol style="list-style-type: none">1) разпространяват, споделят (share), препубликуват (repost), цитират, възпроизвеждат, преработват или по друг начин използват съдържание, информация или визуални елементи от официалните дигитални канали на ВУМ за цели на външна комуникация, реклама, маркетинг или представяне на дейности извън ВУМ, като в тези случаи използването на съдържание и/или визуални елементи на ВУМ за рекламни или маркетингови цели се допуска само след предварително писмено съгласуване с Отдел „Маркетинг | <p>(3) employees and members of the academic staff who provide information, materials, or proposals for posting and/or participate in communications related to the presentation of VUM in a digital environment;</p> <p>(4) external contractors (persons/organisations outside the payroll of VUM), as well as internal contractors (VUM employees), who are assigned activities for technical maintenance, design, development, posting, or content management;</p> <p>(5) third parties, including partners, organisations, agencies, students, alumni, suppliers, and other persons/organisations that:</p> <ol style="list-style-type: none">a) provide information, texts, images, video materials, or other materials for posting through the official digital channels of VUM; and/orb) distribute, share, repost, quote, reproduce, adapt, or otherwise use content, information, or visual elements originating from VUM's official digital channels in their personal or organisational digital channels, when such use is related to activities, events, campaigns, or the presentation of VUM and/or may create the impression of an official position, approval, partnership, or communication on behalf of VUM. <p>(6) employees and members of the academic staff of VUM, when acting outside their official duties (in a personal capacity or through organisations/commercial companies related to them), and who:</p> <ol style="list-style-type: none">a) distribute, share, repost, quote, reproduce, adapt, or otherwise use content, information, or visual elements from VUM's official digital channels for the purposes of external communication, advertising, marketing, or presenting activities outside VUM, whereby in these cases the use of VUM's content and/or visual elements for advertising or marketing purposes is permitted only after prior written consent from the Marketing and Admissions Department. |
|---|---|

ИНСТРУКЦИЯ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА СЪДЪРЖАНИЕТО В УЕБСАЙТОВЕТЕ И СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ
INSTRUCTION FOR CONTENT OF WEBSITES AND SOCIAL MEDIAPROCE

и прием“. 2) публикуват съдържание, свързано с ВУМ по начин, който може да създаде впечатление за официална позиция, институционално одобрение или партньорска комуникация от името на ВУМ.	b) post content related to VUM in a manner that may create the impression of an official position, institutional approval, or partner communication on behalf of VUM.
Член 7. Дигитални канали (1) Настоящата инструкция се прилага за управление на съдържанието, публикувано и разпространявано чрез следните дигитални канали на ВУМ, без това да ограничава приложението ѝ по отношение на нови канали, профили или платформи, създадени или внедрени в бъдеще. (2) Уебсайтове 1) Основен сайт: vum.bg; 2) Спомагателни сайтове и лендинг страници; 3) Платформи/страници, представящи специалности, кампании, събития или проекти. (3) Социални мрежи 1) Facebook страници (Varna University of Management; Culinary Arts Institute) и Facebook групи; 2) Instagram (vum_bulgaria; culinaryartsinstitute); 3) LinkedIn (Varna University of Management); 4) TikTok (vum_bulgaria); 5) YouTube (VUM Bulgaria; Culinary Arts Institute); 6) X / Twitter (Varna University of Management); 7) VKontakte (Varna University of Management). (4) Промени в списъка на официалните профили се извършват от Отдел „Маркетинг и прием“ по ред, определен от ВУМ, включително чрез актуализиране на настоящата инструкция или приложение към нея, когато е приложимо.	Article 7. Digital Channels (1) This instruction applies to the management of content posted and distributed through the following digital channels of VUM, without this limiting its application with respect to new channels, profiles, or platforms created or implemented in the future. (2) Websites a) Main site: vum.bg; b) Auxiliary websites and landing pages; c) Platforms/pages presenting majors, campaigns, events, or projects. (3) Social media a) Facebook pages (Varna University of Management; Culinary Arts Institute) and Facebook groups; b) Instagram (vum_bulgaria; culinaryartsinstitute); c) LinkedIn (Varna University of Management); d) TikTok (vum_bulgaria); e) YouTube (VUM Bulgaria; Culinary Arts Institute); f) X / Twitter (Varna University of Management); g) VKontakte (Varna University of Management). (4) Changes to the list of official profiles shall be made by the Marketing and Admissions Department in accordance with the procedure determined by VUM, including by updating this Instruction or an Appendix to it, where applicable.
Член 8. Видове официално съдържание и информационни материали Настоящият член определя видовете официално съдържание и информационни материали, които	Article 8. Types of Official Content and Information Materials This article defines the types of official content and information materials that are created, processed,

ИНСТРУКЦИЯ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА СЪДЪРЖАНИЕТО В УЕБСАЙТОВЕТЕ И СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ
INSTRUCTION FOR CONTENT OF WEBSITES AND SOCIAL MEDIA PROCE

се създават, обработват и/или разпространяват чрез официалните дигитални канали на ВУМ и включват, без да се ограничават до, следните:

- (1) прессъобщения;
- (2) новини, публикации и съобщения;
- (3) текстове за уебсайтове, лендинг страници и програмни описания;
- (4) визуални материали: снимки, графики, илюстрации, инфографики, банери, постери, карусели, сторита и др.;
- (5) видеоматериали и аудиоматериали (вкл. интервюта, подкасти, записи от събития, излъчвания на живо);
- (6) презентации и обучителни материали;
- (7) рекламни и промоционални материали (брошури, каталози, флаери, дигитални каталози и др.);
- (8) елементи на визуалната идентичност и бранд активи: лого(а), вариации на лого, цветови палитри, шрифтове, шаблони, дизайн системи, фирмени подписи, водни знаци и др.;
- (9) официални документи и публикации в дигитална форма, когато са предназначени за публично разпространение (правила, процедури, формуляри, обяви, покани и др.);
- (10) имейл комуникации/бюлетени, когато се изпращат от името на ВУМ към външни аудитории.

and/or distributed through VUM's official digital channels and include, but are not limited to, the following:

- (1) press releases;
- (2) news, publications, and announcements;
- (3) texts for websites, landing pages, and programme descriptions;
- (4) visual materials: photos, graphics, illustrations, infographics, banners, posters, carousels, stories, etc.;
- (5) video and audio materials (including interviews, podcasts, event recordings, live streams);
- (6) presentations and training materials;
- (7) advertising and promotional materials (brochures, catalogues, flyers, digital catalogues, etc.);
- (8) elements of visual identity and brand assets: logo(s), logo variations, colour palettes, fonts, templates, design systems, corporate signatures, watermarks, etc.;
- (9) official documents and publications in digital form, when intended for public distribution (rules, procedures, forms, announcements, invitations, etc.);
- (10) email communications/newsletters, when sent on behalf of VUM to external audiences.

Член 9. Роли и отговорности

- (1) Отдел „Маркетинг и прием“
 Макар дигиталните комуникации да са колективно усилие, основната роля за тяхното планиране, координация и качество е концентрирана в Отдел „Маркетинг и прием“. Единствено Отдел „Маркетинг и прием“ и/или изрично упълномощен изпълнител имат право на директно публикуване в официалните профили на ВУМ в социалните мрежи, освен ако не е предвидено друго в настоящата инструкция или друг действащ писмен акт.
 Отдел „Маркетинг и прием“:
 - 1) управлява стратегически дигиталните комуникации на ВУМ;
 - 2) отговаря за цялостното планиране, управление и поддържане на официалните профили на ВУМ в социалните мрежи;
 - 3) отговаря за координацията по

Article 9. Roles and Responsibilities

- (1) Marketing and Admissions Department
 Although digital communications are a collective effort, the primary role for their planning, coordination, and quality is concentrated in the Marketing and Admissions Department. Only the Marketing and Admissions Department and/or an explicitly authorised contractor have the right to post directly to VUM's official social media profiles, unless otherwise provided for in this instruction or another active written act.

 Marketing and Admissions Department:
 - a) strategically manages VUM's digital communications;
 - b) is responsible for the overall planning, management, and maintenance of VUM's official social media profiles;
 - c) is responsible for the coordination of the

ИНСТРУКЦИЯ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА СЪДЪРЖАНИЕТО В УЕБСАЙТОВЕТЕ И СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ
INSTRUCTION FOR CONTENT OF WEBSITES AND SOCIAL MEDIAPROCE

поддържането на основния уебсайт на ВУМ; 4) подготвя и валидира съдържанието на основния сайт на ВУМ в следните раздели и подраздели: - „Прием“ (всички подраздели); - „Новини“; - „За студенти“ - подраздели „Благосъстояние на студентите“, „Кариерен център“, „Наставяване“; - „За ВУМ“ - подраздели „Рейтинги и акредитации“, „Алумни“, „Партньори“; - „Контакти“. 5) подготвя и валидира съдържанието на спомагателния уебсайт на Института по кулинарни изкуства и отговаря за координацията и поддържането му; 6) планира и управлява календара на публикациите във всички официални дигитални канали; 7) подготвя, редактира и координира изготвянето на текстове, преводи, визуални материали и графики; 8) осъществява мониторинг, анализ и отчетност на показатели за ефективност на дигиталната комуникация; 9) съгласува и контролира съдържанието и материалите, предназначени за публикуване, когато техническата поддръжка и/или самото публикуване се извършват от други лица или звена (външни или вътрешни), освен ако съответното право не е предоставено на друго звено по реда на настоящата инструкция или друг действащ вътрешен акт; 10) за целите на поддържането на вярна и актуална информация има право да изисква актуална и достоверна информация от всички звена и отговорни лица във ВУМ; 11) има право, след писмено одобрение от Ръководството на ВУМ по <u>чл. 9, ал. (9), т. (д)</u>, да разпорежи прекратяване и/или ограничаване на достъпа за техническо публикуване на всички лица (вкл. служители на ВУМ), на които са предоставени права за публикуване или администриране, като техническото	maintenance of VUM's main website; d) prepares and validates the content of VUM's main website in the following sections and sub-sections: -Admission (all sub-sections); -News; -Students – sub-sections Student Welfare, Career Centre, Accommodation; -About us – sub-sections Rankings and Accreditation, Alumni, Partners; -Contacts; e) prepares and validates the content of the auxiliary website of the Culinary Arts Institute and is responsible for its coordination and maintenance; f) plans and manages the publication calendar across all official digital channels; g) prepares, edits, and coordinates the production of texts, translations, visual materials, and graphics; h) monitors, analyses, and reports on the performance indicators of digital communication; i) coordinates and controls the content and materials intended for publication when technical maintenance and/or the posting itself are carried out by other persons or units (external or internal), unless the respective right has been granted to another unit in accordance with the procedure of this Instruction or another active internal act; j) for the purposes of maintaining accurate and up-to-date information, has the right to request current and reliable information from all units and responsible persons within VUM; k) has the right, following written approval from the Management of VUM pursuant to <u>Art. 9, para. (9), item (e)</u>, to order the termination and/or restriction of access for technical posting for all persons (including VUM employees) who have been granted posting or administration rights, whereby technical
--	--

ИНСТРУКЦИЯ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА СЪДЪРЖАНИЕТО В УЕБСАЙТОВЕТЕ И СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ
INSTRUCTION FOR CONTENT OF WEBSITES AND SOCIAL MEDIA PROCE

изпълнение се осигурява по реда на чл. 9, ал. (8), т. (ж);

- 12) поддържа, актуализира и контролира достъпа (потребителски профили, роли и права) и идентификационните данни за официалните дигитални канали на ВУМ (вкл. CMS, администраторски панели, социални профили, рекламни акаунти и свързани инструменти). Външните и вътрешните изпълнители използват предоставените им достъпи само за изпълнение на възложените задачи и са длъжни при поискване от Отдел „Маркетинг и прием“ да съдействат за промяна, възстановяване, ротация или прекратяване на достъпи (вкл. смяна на пароли/ключове/токени), както и за въвеждане на допълнителни мерки за сигурност.
- (2) Учебен отдел / Академичен директор
Учебен отдел / Академичен директор:
- 1) подготвя и валидира съдържанието на основния сайт на ВУМ в следните раздели и подраздели:
 - „Обучение“ - подраздели за бакалавърски и магистърски програми;
 - „За студенти“ - подраздели „Учебен отдел“, „График“, „Online Campus“;
 - „За ВУМ“ - подраздели „Нашите преподаватели“;
 - 2) предоставя съответната информация за публикуване и поддръжка на определени външни или вътрешни изпълнители, като задължително уведомява (копира) Отдел „Маркетинг и прием“ с цел координация и съответствие с институционалните комуникационни правила;
 - 3) актуализира директно на основния уебсайт единствено информацията, свързана с учебния график, в рамките на предоставените му права за достъп;
 - 4) предоставя информация на Отдел „Маркетинг и прием“ за актуализиране на информацията и в други раздели, функционално свързани с пряката му дейност;
 - 5) предоставя информация на Отдел „Маркетинг и прием“ за публикации в социалните мрежи.

execution shall be ensured in accordance with the procedure under Art. 9, para (8), item (g);

- 1) maintains, updates, and controls access (user profiles, roles, and rights) and credentials for the official digital channels of VUM (including CMS, admin panels, social profiles, advertising accounts, and related tools). External and internal contractors shall use the access provided to them solely for the execution of assigned tasks and are obliged, upon request by the Marketing and Admissions Department, to assist in changing, restoring, rotating, or terminating access (including changing passwords/keys/tokens), as well as in implementing additional security measures.
- (2) Student Affairs Department / Academic Director
Student Affairs Department / Academic Director:
- a) prepares and validates the content of VUM's main website in the following sections and sub-sections:
 - Study Programmes – sub-sections Bachelor's Degrees and Master's Degrees;
 - Students – sub-sections Student Affairs Office, Semester Schedule, Online Campus;
 - About us – sub-sections VUM Academics;
 - b) provides the relevant information for posting and maintenance to specific external or internal contractors, while obligatorily notifying (copying) the Marketing and Admissions Department for the purpose of coordination and compliance with institutional communication rules;
 - c) updates directly on the main website solely the information related to the academic schedule, within the scope of the access rights granted to them;
 - d) provides information to the Marketing and Admissions Department for updating information in other sections as well, which are functionally related to their direct activities;
 - e) provides information to the Marketing and Admissions Department for posts on social media.

(3) Дирекция „Интернационализация и глобално сътрудничество“ Дирекция „Интернационализация и глобално сътрудничество“: 1) подготвя и валидира информацията, свързана с международни програми, партньорства и мобилности в раздел „Erasmus+“ на основния сайт на ВУМ; 2) предоставя информация за публикуване и поддръжка на определени външни или вътрешни изпълнители, като задължително уведомява (копира) Отдел „Маркетинг и прием“; 3) актуализира директно подстраница с домейн https://erasmusplus.vum.bg/ в раздел „Erasmus+“, вменена в нейната отговорност в рамките на предоставените права за достъп; 4) предоставя информация на Отдел „Маркетинг и прием“ за актуализиране на информацията и в други раздели на основния сайт на ВУМ, функционално свързани с пряката му дейност; 5) предоставя информация на Отдел „Маркетинг и прием“ за публикации в социалните мрежи. (4) Ръководител „Център за професионално обучение“ към ВУМ Ръководителят на „Център за професионално обучение“: 1) подготвя и валидира информацията на основния сайт на ВУМ в раздел „Обучение“ - подраздел „Център за професионално обучение“; 2) актуализира директно раздела, вменен в неговата отговорност, в рамките на предоставените права за достъп, или предоставя информация за публикуване и поддръжка на определени външни или вътрешни изпълнители, като задължително уведомява (копира) Отдел „Маркетинг и прием“; 3) предоставя информация на Отдел „Маркетинг и прием“ за актуализиране на информацията и в други раздели на основния сайт на ВУМ, функционално свързани с пряката му дейност; 4) предоставя информация на Отдел „Маркетинг и прием“ за публикации в	(3) Internationalisation and Global Engagement Department Internationalisation and Global Engagement Department: a) prepares and validates the information related to international programmes, partnerships, and mobility in the Erasmus+ section of VUM's main website; b) provides the relevant information for posting and maintenance to specific external or internal contractors, while obligatorily notifying (copying) the Marketing and Admissions Department; c) updates directly the sub-page with the domain https://erasmusplus.vum.bg/ in the 'Erasmus+' section, assigned to its responsibility within the scope of the access rights granted to it; d) provides information to the Marketing and Admissions Department for updating information in other sections as well, which are functionally related to their direct activities; e) provides information to the Marketing and Admissions Department for posts on social media. (4) Head of the Vocational Training Centre at VUM The Head of the Vocational Training Centre at VUM: a) prepares and validates the information on VUM's main website in Study Programmes section – Vocational Training Centre sub-section; b) updates directly the section assigned to their responsibility, within the scope of the access rights granted to them, or provides the relevant information for posting and maintenance to specific external or internal contractors, while obligatorily notifying (copying) the Marketing and Admissions Department; c) provides information to the Marketing and Admissions Department for updating information in other sections as well, which are functionally related to their direct activities; d) provides information to the Marketing and
--	---

ИНСТРУКЦИЯ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА СЪДЪРЖАНИЕТО В УЕБСАЙТОВЕТЕ И СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ
INSTRUCTION FOR CONTENT OF WEBSITES AND SOCIAL MEDIAPROCE

социалните мрежи. (5) Заместник-ректор по научно изследователската дейност и развитие на академичния състав / Декан на Стопански факултет Заместник-ректорът по научноизследователската дейност и развитие на академичния състав / Деканът на Стопански факултет: 1) подготвя и валидира съдържанието на основния сайт на ВУМ в следните раздели и подраздели: -„Обучение“ - подраздел за докторски програми; -„За ВУМ“ - подраздели „Конкурси по ЗРАСРБ“, „Научна дейност“; -„За студенти“ - подраздел „Библиотечно-информационен комплекс“; 2) предоставя съответната информация за публикуване и поддръжка на определени външни или вътрешни изпълнители, като задължително уведомява (копира) Отдел „Маркетинг и прием“ с цел координация и съответствие с институционалните комуникационни правила; 3) предоставя информация на Отдел „Маркетинг и прием“ за актуализиране на информацията и в други раздели на основния сайт на ВУМ, функционално свързани с пряката му дейност; 4) предоставя информация на Отдел „Маркетинг и прием“ за публикации в социалните мрежи. (6) Отдел „Проекти и приложни изследвания“ Отдел „Проекти и приложни изследвания“: 1) подготвя и валидира информацията, свързана с разработвани проекти, изследователски инициативи и участия по европейски програми в раздел „За ВУМ“ - подраздел „Проекти“; 2) актуализира директно раздела, вменен в неговата отговорност, в рамките на предоставените права за достъп, или предоставя информация за публикуване и поддръжка на определени външни или вътрешни изпълнители, като задължително уведомява (копира) Отдел	Admissions Department for posts on social media. (5) Vice-Rector for Research and Academic Staff Development / Dean of the Faculty of Economics The Vice-Rector for Research and Academic Staff Development / the Dean of the Faculty of Economics: a) prepares and validates the content of VUM's main website in the following sections and sub-sections: -Study Programmes – PhD Programmes sub-section; -About Us – Competitions under the Development of Academic Staff in the Republic of Bulgaria Act and Research sub-sections; -Students – Library Information Centre sub-section; b) provides the relevant information for posting and maintenance to specific external or internal contractors, while obligatorily notifying (copying) the Marketing and Admissions Department for the purpose of coordination and compliance with institutional communication rules; c) provides information to the Marketing and Admissions Department for updating information in other sections as well, which are functionally related to their direct activities; d) provides information to the Marketing and Admissions Department for posts on social media. (6) Projects and Applied Research Department The Projects and Applied Research Department: a) prepares and validates the information related to projects under development, research initiatives, and participation in European programmes in the About Us section – Projects sub-section; b) updates directly the section assigned to their responsibility, within the scope of the access rights granted to them, or provides the relevant information for posting and maintenance to specific external or internal
--	---

„Маркетинг и прием“; 3) предоставя информация на Отдел „Маркетинг и прием“ за актуализиране на информацията и в други раздели на основния сайт на ВУМ, функционално свързани с пряката му дейност; 4) предоставя информация на Отдел „Маркетинг и прием“ за публикации в социалните мрежи. (7) Всички административни звена и преподаватели: Когато членове на административния или преподавателския състав, както и трети лица без отредена роля по поддръжката на уебсайтовете, разполагат с информация или предложения за промени на съществуваща информация или за публикуване на нова, те ги подават до Отдел „Маркетинг и прием“ на info@vum.bg, освен ако Отдел „Маркетинг и прием“ не е определил друг проследим канал (система за задачи/форма). Всички административни звена, преподаватели и академични структури на ВУМ са отговорни: 1) да подават до Отдел „Маркетинг и прием“ своевременна, актуална, пълна и проверена информация относно новини, събития, инициативи, постижения и други дейности в техните компетенции, когато същите са релевантни за публикуване и допринасят за институционалния имидж на ВУМ; 2) да съобщават предварително на Отдел „Маркетинг и прием“ с оглед планиране и отразяване в официалните дигитални канали на ВУМ за планирани специални събития и дейности (включително конференции, гост-лекции, церемонии, награждавания, инициативи, кампании и други), включващи студенти, академичен и/или ръководен състав, служители или асоциирани лица; (8) Външни и вътрешни изпълнители Външните изпълнители (лица/организации извън щата на ВУМ) и вътрешните изпълнители (служители на ВУМ), на които са възложени дейности по техническа поддръжка, дизайн, разработка, публикуване или управление на съдържание: 1) обезпечават сигурността и техническата поддръжка на уебсайтовете и свързаните	contractors, while obligatorily notifying (copying) the Marketing and Admissions Department; c) provides information to the Marketing and Admissions Department for updating information in other sections as well, which are functionally related to their direct activities; d) provides information to the Marketing and Admissions Department for posts on social media. (7) All administrative units and faculty: When members of the administrative or faculty staff, as well as third parties without an assigned role for website maintenance, have information or proposals for amendments to existing information or for the posting of new information, they shall submit them to the Marketing and Admissions Department at info@vum.bg, unless the Marketing and Admissions Department has designated another traceable channel (a ticketing system/form). All administrative units, faculty, and academic structures of VUM are responsible: a) to submit to the Marketing and Admissions Department timely, up-to-date, complete, and verified information regarding news, events, initiatives, achievements, and other activities within their competence, when these are relevant for posting and contribute to the institutional image of VUM; b) to notify the Marketing and Admissions Department in advance, with a view to planning and coverage in VUM's official digital channels, of planned special events and activities (including conferences, guest lectures, ceremonies, award presentations, initiatives, campaigns, and others) involving students, academic and/or executive staff, employees, or associated persons; (8) External and internal contractors External contractors (persons/organisations outside the payroll of VUM) and internal contractors (VUM employees) who are assigned activities for technical maintenance, design, development, posting, or content management: a) ensure the security and technical maintenance
--	--

ИНСТРУКЦИЯ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА СЪДЪРЖАНИЕТО В УЕБСАЙТОВЕТЕ И СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ
INSTRUCTION FOR CONTENT OF WEBSITES AND SOCIAL MEDIA PROCE

системи; 2) поддържат и актуализират при необходимост дизайна и функционалностите на уебсайтовете в рамките на възложените задачи; 3) извършват техническото публикуване в уебсайтовете и/или социалните мрежи единствено по заявка и след одобрение от Отдел „Маркетинг и прием“ и/или от посоченото отговорно звено, при задължително уведомяване (копие) до Отдел „Маркетинг и прием“; 4) съхраняват проследимост на полученото одобрение (линк/имейл/тикет), като при необходимост го предоставят на Отдел „Маркетинг и прием“ и/или Ръководството на ВУМ; 5) предоставят технически справки и съдействат за проследяване на показатели за ефективност при необходимост; 6) реализират и управляват дигитални реклами по параметри, зададени и утвърдени от Отдел „Маркетинг и прием“; 7) при разпореждане по <u>чл. 9, ал. (1), т. (к)</u> изпълняват необходимите технически мерки (деактивиране/премахване на потребители и роли, ограничаване на права, прекратяване на активни сесии, промяна на пароли при необходимост) в системите и профилите, които поддържат или администрат, и потвърждават писмено изпълнението пред Отдел „Маркетинг и прием“. (9) Ръководство на ВУМ Ръководството на ВУМ: 1) одобрява стратегически и чувствителни публикации и кампании, включително такива с висок репутационен, правен или финансов риск; 2) предоставя и утвърждава официални позиции и становища при необходимост; 3) съгласува критични новини и официални съобщения (акредитации, партньорства, официални изявления и др.); 4) определя отговорни звена и/или лица за раздели и подраздели, които не са изрично разпределени в настоящия член, включително при създаване на нови	of the websites and related systems; b) maintain and update, where necessary, the design and functionalities of the websites within the scope of the assigned tasks; c) perform technical posting on the websites and/or social media solely upon request and following approval by the Marketing and Admissions Department and/or the designated responsible unit, with obligatory notification (copy) to the Marketing and Admissions Department; d) maintain traceability of the received approval (link/email/ticket), providing it upon request to the Marketing and Admissions Department and/or the Management of VUM; e) provide technical reports and assist in tracking performance indicators where necessary; f) implement and manage digital advertisements according to parameters specified and approved by the Marketing and Admissions Department; g) upon an order pursuant to <u>Art. 9, para. (1), item (k)</u> implement the necessary technical measures (deactivation/removal of users and roles, restriction of rights, termination of active sessions, password changes where necessary) in the systems and profiles they maintain or administer, and confirm the execution in writing to the Marketing and Admissions Department. (9) Management of VUM The Management of VUM: a) approves strategic and sensitive posts and campaigns, including those with a high reputational, legal, or financial risk; b) provides and approves official positions and statements where necessary; c) coordinates critical news and official announcements (accreditations, partnerships, official statements, etc.); d) designates responsible units and/or individuals for sections and sub-sections that are not explicitly allocated under this article,
---	---

дигитални канали, секции или инициативи, и възлага изпълнението чрез съответните вътрешни актове; 5) предоставя писмено одобрение за разпореждане на мерките по <u>чл. 9, ал. (1), т. (к)</u> (прекръпяване и/или ограничаване на достъпа за техническо публикуване).	including during the creation of new digital channels, sections, or initiatives, and assigns execution through the respective internal acts; e) provides written approval for ordering the measures under <u>Art. 9, para. (1), item (k)</u> (termination and/or restriction of access for technical posting).
Член 10. Управление на уебсайтовете (1) Сайт VUM.bg 1) Уебсайтът на ВУМ е основният публичен дигитален канал на институцията. Съдържанието се поддържа актуално и коректно така, че да отразява реалното състояние на специалностите, административните услуги, академичния календар и възможностите за студентите. 2) Съдържанието и визията на сайта следва да отговарят на принципите на дигиталната комуникация, определени в настоящата инструкция, както и на утвърдения Бранд наръчник на ВУМ. 3) Отговорните лица, определени в настоящата инструкция, изготвят необходимите текстове за съответните раздели в двуезичен вариант и ги предоставят за публикуване с ясни указания. Отговорността за истинността на информацията, стила на текста и точността на превода носи подаващият информацията. При необходимост от редакция, преводна консистентност или подготовка на визуални материали (снимки, визии, графики) се търси съдействие от Отдел „Маркетинг и прием“. 4) Актуализиране на съдържанието се извършва при промяна на обстоятелствата и в срок, съобразен с характера на промяната. (2) Сайт CulinaryArtsEurope.com 1) Съдържанието и визията на сайта следва да отговарят на принципите на дигиталната комуникация, определени в настоящата инструкция, както и на утвърдения бранд наръчник на ВУМ.	Article 10. Websites Management (1) VUM.bg website a) VUM's website is the primary public digital channel of the institution. Content shall be kept up-to-date and accurate so that it reflects the actual state of programmes, administrative services, the academic calendar, and opportunities for students. b) The content and visual design of the website must comply with the principles of digital communication defined in this Instruction, as well as with VUM's approved Brand Book. c) The responsible persons designated in this instruction shall prepare the necessary texts for the respective sections in a bilingual version and provide them for posting with clear guidelines. The responsibility for the truthfulness of the information, the text style, and the accuracy of the translation lies with the submitter of the information. In the event of a need for editing, translation consistency, or the preparation of visual materials (photos, visuals, graphics), assistance shall be sought from the Marketing and Admissions Department. d) Updating of the content shall be carried out upon a change in circumstances and within a timeframe aligned with the nature of the change. (2) CulinaryArtsEurope.com website a) The content and visual design of the website must comply with the principles of digital communication defined in this Instruction, as well as with VUM's approved Brand Book. b) All interested parties – units within the VUM administration, members of the faculty staff,

ИНСТРУКЦИЯ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА СЪДЪРЖАНИЕТО В УЕБСАЙТОВЕТЕ И СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ
INSTRUCTION FOR CONTENT OF WEBSITES AND SOCIAL MEDIA PROCE

2) Всички заинтересовани лица - звена в администрацията на ВУМ, членове на преподавателския състав и трети лица - подават информация за публикуване до Отдел „Маркетинг и прием“ на info@vum.bg. 3) Отдел „Маркетинг и прием“ има право да изисква допълнителна информация или актуализация, когато прецени, че съдържанието е непълно, неточно или остаряло. 4) Окончателната редакция на текстовете и преценката за съдържанието, което да се публикува на сайта, се извършват от Отдел „Маркетинг и прием“.	and third parties – shall submit information for posting to the Marketing and Admissions Department at info@vum.bg. c) The Marketing and Admissions Department has the right to request additional information or an update when they consider that the content is incomplete, inaccurate, or outdated. d) The final wording of the texts and the assessment of the content to be posted on the website shall be carried out by the Marketing and Admissions Department.
Член 11. Управление на социалните мрежи (1) Само Отдел „Маркетинг и прием“ и/или изрично упълномощен изпълнител публикува в официалните профили на ВУМ в социалните мрежи. Всички други звена подават предложения и материали, но нямат право на директно публикуване, освен при изрично писмено делегиране и описан процес. (2) Планирането и поддръжката на социалните мрежи се осъществяват от Отдел „Маркетинг и прием“ и/или упълномощен изпълнител. Академичните и административните звена и трети лица подават предложения за публикации в двуезичен вариант, посочват предпочитаните мрежи за публикуване и предоставят подходяща визия/снимков материал на info@vum.bg. (3) Комуникацията в социалните мрежи се адаптира към спецификите на платформата и целевата аудитория, като се спазват принципите и стандартите, определени в настоящата инструкция. (4) Целта на присъствието на ВУМ в социалните мрежи не е единствено публикуване на информация, а изграждане на последователно дигитално присъствие, което отразява динамиката на академичния живот, автентичността на университетската среда и мултикултурния характер на общността, като същевременно поддържа професионален и институционално съобразен тон.	Article 11. Social Media Management (1) Only the Marketing and Admissions Department and/or an explicitly authorised contractor shall post on VUM's official social media profiles. All other units shall submit proposals and materials, but do not have the right to post directly, except in cases of explicit written delegation and a described process. (2) The planning and maintenance of social media shall be carried out by the Marketing and Admissions Department and/or an authorised contractor. Academic and administrative units, as well as third parties, shall submit proposals for posts in a bilingual version, indicate the preferred networks for posting, and provide appropriate visuals/photographic material to info@vum.bg. (3) Communication on social media shall be adapted to the specific characteristics of the platform and the target audience, while adhering to the principles and standards defined in this Instruction. (4) The purpose of VUM's presence on social media is not solely the publication of information, but the building of a consistent digital presence that reflects the dynamics of academic life, the authenticity of the university environment, and the multicultural character of the community, while simultaneously maintaining a professional and institutionally appropriate tone.
Член 12. Съдържателни направления и формати в социалните мрежи	Article 12. Content Streams and Formats in Social Media

ИНСТРУКЦИЯ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА СЪДЪРЖАНИЕТО В УЕБСАЙТОВЕТЕ И СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ
INSTRUCTION FOR CONTENT OF WEBSITES AND SOCIAL MEDIA PROCE

(1) Съдържанието в социалните мрежи се планира и публикува в съответствие с комуникационните цели на ВУМ и включва информационни, представителни и ангажиращи формати, съобразени с платформата. (2) Регулярно се споделят: 1) новини от висшето училище; 2) студентски участия, успехи и разкази; 3) академични постижения; 4) събития - покани, репортажи, снимки и видеа; 5) полезна информация за кандидат-студенти; 6) кампании, свързани с прием и сесии за бъдещи студенти; 7) празници и поводи - български, международни и религиозни, като съдържанието се подбира с внимание към мултикултурната аудитория. (3) Визуалната страна е ключова. Използват се снимки и видеоматериали от реални събития, кратки интервюта, студентски преживявания и задкулисни кадри, като те са за предпочитане пред стокови изображения, когато това е възможно и разрешено съгласно чл. 16.	(1) Content on social media shall be planned and posted in accordance with VUM's communication goals and includes informational, representative, and engaging formats tailored to the platform. (2) The following shall be shared on a regular basis: a) university news; b) student participations, achievements, and stories; c) academic achievements; d) events – invitations, reports, photos, and videos; e) useful information for prospective students; f) campaigns related to admissions and sessions for prospective students; g) holidays and occasions—Bulgarian, international, and religious, whereby the content shall be selected with attention to the multicultural audience. (3) The visual aspect is key. Photos and video materials from real events, brief interviews, student experiences, and behind-the-scenes footage shall be used, and these are preferable to stock images whenever possible and permitted in accordance with Art. 16.
Член 13. Планиране, одобрение и публикуване (1) Отдел „Маркетинг и прием“ поддържа план за публикации (Posting Plan), в който се въвеждат всички планирани публикации. Планът осигурява: 1) равномерно разпределение на съдържанието; 2) избягване на повтарящи се теми; 3) съобразяване с академичния календар; 4) възможност за реакция при непредвидени събития; 5) съобразяване с часовете с най-висока посещаемост в съответната социална мрежа. (2) Всяка публикация - независимо дали е подготвена от Отдел „Маркетинг и прием“ или е подадена от друг подател - се публикува само след проверка и одобрение. Проверката включва: 1) текст на български и английски; 2) визуализация/мултимедия; 3) тагове и линкове;	Article 13. Planning, Approval, and Posting (1) The Marketing and Admissions Department shall maintain a Posting Plan in which all planned posts are entered. The Plan ensures: a) an even distribution of content; b) avoiding repetitive topics; c) alignment with the academic calendar; d) the ability to react in the event of unforeseen occurrences; e) alignment with the peak traffic hours on the respective social network. (2) Every post – regardless of whether it was prepared by the Marketing and Admissions Department or submitted by another sender – shall be published only after verification and approval. The verification includes: a) Bulgarian and English version of the text; b) visualisation/multimedia; c) tags and links;

ИНСТРУКЦИЯ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА СЪДЪРЖАНИЕТО В УЕБСАЙТОВЕТЕ И СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ
INSTRUCTION FOR CONTENT OF WEBSITES AND SOCIAL MEDIA PROCE

4) хаштагове, когато са приложими; 5) проверка за коректност и актуалност; 6) проверка за спазване на стиловете и бранд изискванията. (3) Подателят носи отговорност за истинността и актуалността на предоставената информация, както и за наличието на необходимите права/основания (вкл. съгласия, когато е необходимо) за използваните материали. (4) Одобрението по ал. 2 се предоставя от Отдел „Маркетинг и прием“ (напр. чрез имейл, система за задачи, одобрение в CMS или друг проследим канал). Без документирано одобрение публикация не се публикува. (5) За чувствителни теми/публикации с висок риск по смисъла на <u>чл. 3, т. (7)</u>, публикуването се допуска само след писмено съгласуване и одобрение от Ръководството на ВУМ, в допълнение към одобрението от Отдел „Маркетинг и прием“ при спазване на реда по <u>чл. 17</u>. (6) След финализиране и одобрение публикацията се подава за техническо публикуване към упълномощен изпълнител, когато публикуването не се извършва директно от Отдел „Маркетинг и прием“. (7) Отдел „Маркетинг и прием“ има право да откаже публикуването или споделянето на предложено съдържание, когато: 1) съдържанието не отговаря на стандартите за дигитална комуникация, определени в настоящата инструкция; 2) съдържанието противоречи на утвърдената комуникационна стратегия или не е съобразено с плана за публикации (Posting Plan); 3) съдържанието не съответства на принципите за институционално представяне, бранд идентичност и професионален тон на ВУМ; 4) предоставената информация е непълна, непроверена или е представена след изтичане на разумен срок за комуникационно отразяване.	d) hashtags when applicable; e) verification of accuracy and current relevance; f) verification of the compliance with style and brand requirements. (3) The sender bears responsibility for the truthfulness and current relevance of the provided information, as well as for the existence of the necessary rights/grounds (including consents, when required) for the materials used. (4) The approval under paragraph 2 shall be provided by the Marketing and Admissions Department (e.g. via email, a ticketing system, approval within the CMS, or another traceable channel). Without documented approval, a post shall not be published. (5) For sensitive topics/high-risk posts within the meaning of <u>Art. 3, item (7)</u>, publication shall be permitted only after written co-ordination and approval by the Management of VUM, in addition to the approval from the Marketing and Admissions Department, in compliance with the procedure pursuant to <u>Art. 17</u>. (6) Following finalisation and approval, the post shall be submitted for technical posting to an authorised contractor, when the posting is not carried out directly by the Marketing and Admissions Department. (7) The Marketing and Admissions Department has the right to refuse the posting or sharing of proposed content when: a) the content does not meet the digital communication standards defined in this Instruction; b) the content contradicts the approved communication strategy or is not aligned with the Posting Plan; c) the content does not conform to the principles of institutional presentation, brand identity, and the professional tone of VUM; d) the provided information is incomplete, unverified, or has been submitted after the expiry of a reasonable timeframe for communication coverage.
Член 14. Публикуване в лични и/или професионални канали извън официалните канали	Article 14. Publication on Personal and/or Professional Channels Outside the Official University Channels

ИНСТРУКЦИЯ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА СЪДЪРЖАНИЕТО В УЕБСАЙТОВЕТЕ И СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ
INSTRUCTION FOR CONTENT OF WEBSITES AND SOCIAL MEDIA PROCE

(1) ВУМ насърчава студентите, преподавателите, служителите, възпитаниците и партньорите да споделят в своите лични и професионални дигитални канали положителни впечатления, академични постижения, участие в събития и други дейности, свързани с университета, когато това се извършва добросъвестно и при спазване на настоящата инструкция.

(2) При публикуване на съдържание, свързано с ВУМ, се препоръчва използването на официалните наименования на институцията:

- **Висше училище по мениджмънт / Varna University of Management (VUM);**
- **Институт по кулинарни изкуства / Culinary Arts Institute (CAI);**

както и, когато е подходящо, отбелязване (tag/mention) на официалните профили на ВУМ в социалните мрежи с цел улесняване на достъпа до официалната информация и популяризиране на дейността на университета.

(3) Предварително писмено съгласуване с Отдел „Маркетинг и прием“ се изисква когато публикацията:

а) съдържа непубликувана информация, материали или визуално съдържание, които не са били официално оповестени от ВУМ;

б) съдържа официални документи, вътрешна информация или друга информация с ограничен достъп;

в) използва името, логото, визуалната идентичност или други бранд активи на ВУМ по начин, който може да създаде впечатление, че публикацията представлява официална позиция, изявление или комуникация от името на ВУМ;

г) използва съдържанието, името или бранд елементите на ВУМ с цел реклама, маркетинг или промотиране на външни дейности, услуги, инициативи или търговска дейност, несвързани с ВУМ.

(4) Не се изисква предварително съгласуване при:

(1) VUM encourages its students, academic staff, employees, alumni and partners to share positive experiences, academic achievements, participation in events and other university-related activities through their personal and professional digital channels, provided that such content is shared in good faith and in accordance with this Instruction.

(2) When publishing content related to VUM, the use of the University's official names is recommended:

- **Varna University of Management (VUM);**
- **Culinary Arts Institute (CAI);**

Where appropriate, individuals are also encouraged to tag or mention VUM's official social media accounts in order to facilitate access to official information and support the promotion of the University's activities.

(3) Prior written approval from the Marketing and Admissions Department is required where a publication:

a) contains unpublished information, materials or visual content that has not yet been officially released by VUM;

b) contains official documents, internal information or any other information with restricted access;

c) uses the name, logo, visual identity or other brand assets of VUM in a manner that could create the impression that the publication constitutes an official position, statement or communication on behalf of VUM;

d) uses the content, name or brand elements of VUM for the purpose of advertising, marketing or promoting external activities, services, initiatives or commercial activities unrelated to VUM.

(4) Prior approval is **not** required for:

ИНСТРУКЦИЯ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА СЪДЪРЖАНИЕТО В УЕБСАЙТОВЕТЕ И СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ
INSTRUCTION FOR CONTENT OF WEBSITES AND SOCIAL MEDIA PROCE

а) споделяне (share) или препубликуване (repost) на съдържание от официалните канали на ВУМ, когато съдържанието не се редактира по начин, който изменя неговия смисъл;

б) публикуване на лични впечатления, академичен или професионален опит, участие в учебни занятия, конференции, събития, церемонии или други дейности на ВУМ, когато публикацията:

- не съдържа непубликувана информация;
- не разкрива информация с ограничен достъп;
- не нарушава правата на трети лица и изискванията за защита на личните данни;
- не създава впечатление, че представлява официална позиция на ВУМ;
- не е с цел реклама, маркетинг или промотиране на външни дейности, услуги, инициативи или търговска дейност, несвързани с ВУМ.

в) публикуване на собствени снимки и видео, направени по време на публични събития на ВУМ, след официалното им провеждане, при спазване на изискванията за защита на личните данни и настоящата инструкция.

г) публикуване или споделяне на официално оповестена информация относно проекти и програми, по които ВУМ е координатор, водеща организация или партньор, при спазване на изискванията на съответната програма за публичност, визуална идентичност и защита на информацията.

(5) При споделяне или препубликуване на съдържание от официалните канали на ВУМ е необходимо:

а) съдържанието да не бъде редактирано по начин, който изменя неговия смисъл или контекст;

б) да не се добавят лични данни, които не присъстват в оригиналната публикация;

в) личните коментари ясно да се разграничават от официалните позиции на ВУМ.

a) sharing or reposting content published through VUM's official channels, provided that the content is not edited in a way that alters its meaning or context;

b) publishing personal experiences, academic or professional achievements, or participation in classes, conferences, events, ceremonies or other VUM activities, provided that the publication:

- does not contain unpublished information;
- does not disclose restricted information;
- does not infringe the rights of third parties or applicable data protection requirements;
- does not create the impression that it represents an official position of VUM; and
- is not intended to advertise, market or promote external activities, services, initiatives or commercial activities unrelated to VUM;

c) publishing photographs or videos personally taken during public VUM events after the official conclusion of the event, provided that the publication complies with applicable data protection requirements and the provisions of this Instruction.

d) publishing or sharing officially released information relating to projects and programmes for which VUM is a coordinator, lead organisation or partner, provided that the publicity, visual identity and information protection requirements of the respective programme are observed.

(5) When sharing or reposting content from VUM's official channels:

a) the content must not be edited in a way that alters its meaning or context;

b) personal data that do not appear in the original publication must not be added;

c) any personal comments must be clearly distinguished from the official positions of VUM.

ИНСТРУКЦИЯ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА СЪДЪРЖАНИЕТО В УЕБСАЙТОВЕТЕ И СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ
INSTRUCTION FOR CONTENT OF WEBSITES AND SOCIAL MEDIA PROCE

(6) Забранява се:

а) публикуване на непубликувани материали, снимки, видео или информация („behind the scenes“) преди официалното им публикуване от ВУМ;

б) публикуване на информация, представляваща служебна тайна, вътрешна кореспонденция или друга информация с ограничен достъп;

в) използване на името, логото, визуалната идентичност или други бранд елементи на ВУМ за реклама или популяризиране на лични, професионални или търговски дейности, несвързани с ВУМ, без предварително писмено съгласуване;

г) представяне на лични мнения като официални позиции на ВУМ.

(7) При съмнение дали дадено публикуване попада в хипотезите по ал. (3) или ал. (6), лицето се консултира с Отдел „Маркетинг и прием“ преди публикуването.

(6) The following are prohibited:

a) publishing unpublished materials, photographs, videos or information (including "behind-the-scenes" content) before their official release by VUM;

b) publishing information constituting confidential University information, internal correspondence or any other information with restricted access;

c) using the name, logo, visual identity or other brand elements of VUM to advertise or promote personal, professional or commercial activities unrelated to VUM without prior written approval;

d) presenting personal opinions as official positions of VUM.

(7) Where there is any doubt as to whether a proposed publication falls within the scope of paragraphs (3) or (6), the individual shall consult the Marketing and Admissions Department before publishing the content.

Член 15. Комуникация с аудиторията

(1) Коментарите и съобщенията (включително чатове) се следят ежедневно. Важни запитвания (например от кандидат-студенти или родители) получават отговор до 24 часа в работни дни. Когато е необходима проверка от друго звено, се изпраща междинен отговор (потвърждение за получаване и ориентир за срок), а запитването се насочва към компетентното административно или академично звено.

(2) При негативни или конфликтни теми се прилага балансиран и професионален тон. При необходимост темата се насочва към компетентното административно или академично звено.

Член 16. Защита на данните и етични съображения

(1) При дигиталната комуникация на ВУМ се спазват изискванията за защита на личните

Article 15. Audience Engagement

(1) Comments and messages (including chats) are monitored daily. Important enquiries (for example, from prospective students or parents) receive a response within 24 hours on working days. When verification from another department is required, an interim response is sent (acknowledgement of receipt and an estimated timeframe), and the enquiry is forwarded to the competent administrative or academic department.

(2) In the event of negative or conflictual topics, a balanced and professional tone shall be maintained. If necessary, the matter shall be forwarded to the competent administrative or academic department.

Article 16. Data Protection and Ethical Considerations

(1) In VUM's digital communication, the requirements for personal data protection,

ИНСТРУКЦИЯ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА СЪДЪРЖАНИЕТО В УЕБСАЙТОВЕТЕ И СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ
INSTRUCTION FOR CONTENT OF WEBSITES AND SOCIAL MEDIAPROCE

данни, приложимото законодателство и вътрешните етични правила на ВУМ. (2) Не се публикуват лични данни без приложимо правно основание и/или информирано съгласие, когато е необходимо. (3) Снимки и видеоматериали се използват само при спазване на приложимите изисквания, включително относно информираност и/или съгласие на заснетите лица, когато е необходимо. (4) Когато за публикуването е необходимо информирано съгласие, съгласието се събира в писмена форма (вкл. електронна) и се съхранява по ред, определен от ВУМ, така че да е доказуемо при проверка. (5) Отдел „Маркетинг и прием“ осигурява съхраняване (в архив/регистър, определен от ВУМ) на събраните съгласия за целите на дигиталната комуникация и поддържа връзка между публикуваното съдържание и основанието за използване на съответните материали. (6) При получено възражение/искане за заличаване или оттегляне на съгласие, Отдел „Маркетинг и прием“ предприема действия за ограничаване на разпространението (редакция/скриване/премахване) и координира случая със съответното компетентно звено на ВУМ в разумен срок, съобразен с характера на искането. (7) При съдържание, включващо разпознаваеми лица (снимки/видео), подателят е длъжен да посочи наличното правно основание (вкл. съгласие, когато е необходимо) и да предостави доказателство при поискване от Отдел „Маркетинг и прием“.	applicable legislation, and VUM's internal ethical rules shall be observed. (2) Personal data shall not be published without an applicable legal basis and/or informed consent, where required. (3) Photos and video materials shall be used only in compliance with the applicable requirements, including those regarding the information and/or consent of the filmed individuals, where required. (4) Where informed consent is required for posting, the consent shall be collected in writing (incl. electronic form) and stored in accordance with a procedure determined by VUM, so that consent can be proven upon inspection. (5) The Marketing and Admissions Department ensures the storage (in an archive/register determined by VUM) of the collected consents for the purposes of digital communication and maintains a link between the published content and the basis for using the respective materials. (6) Upon receipt of an objection/request for erasure or withdrawal of consent, the Marketing and Admissions Department shall take action to restrict dissemination (editing/hiding/removal) and coordinate the case with the relevant competent department of VUM within a reasonable timeframe, appropriate to the nature of the request. (7) In the case of content involving identifiable individuals (photos/video), the submitter is obliged to state the available legal basis (incl. consent, where required) and to provide proof upon request by the Marketing and Admissions Department.
Член 17. Кризисни ситуации и чувствителни теми (1) При инциденти, негативни медийни публикации, конфликтни случаи или чувствителни теми, публикуването на съдържание по темата се преустановява до координация с Ръководството и Отдел „Маркетинг и прием“. (2) Официални позиции се публикуват само след съгласуване с Ръководството на ВУМ. (3) Не се публикуват предположения, непотвърдена информация или лични версии	Article 17. Crisis Situations and Sensitive Topics (1) In the event of incidents, negative media publications, conflict situations, or sensitive topics, the publication/posting of content on the matter shall be suspended until coordination with the Management and the Marketing and Admissions Department. (2) Official positions shall be published only after approval by the Management of VUM. (3) Speculation, unconfirmed information, or personal accounts shall not be published on

ИНСТРУКЦИЯ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА СЪДЪРЖАНИЕТО В УЕБСАЙТОВЕТЕ И СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ
INSTRUCTION FOR CONTENT OF WEBSITES AND SOCIAL MEDIAPROCE

от името на институцията.	behalf of the institution.
Член 18. Актуализиране Настоящата инструкция се преразглежда периодично и се актуализира при необходимост с оглед развитието на дигиталната среда, въвеждането на нови платформи и промени в комуникационната стратегия на ВУМ.	Article 18. Updates This Instruction shall be reviewed periodically and updated as necessary in view of the development of the digital environment, the introduction of new platforms, and changes in the communication strategy of VUM.
Член 19. Контрол и последици при нарушения (1) Контролът по изпълнението на настоящата инструкция се осъществява от Отдел „Маркетинг и прием“ в рамките на неговите компетентности по отношение на процесите по тази инструкция, като при необходимост се изисква съдействие от съответното звено и/или Ръководството на ВУМ. (2) При установено нарушение или съмнение за нарушение на настоящата инструкция, Отдел „Маркетинг и прием“ предприема незабавни действия за ограничаване на риска, включително искане за корекция, редакция, временно скриване или премахване на съдържание, когато това е необходимо. (3) Нарушенията се документират (дата, канал, съдържание, подател/отговорно лице, предприети действия) и се уведомява прекият ръководител на съответното лице/звено. (4) В зависимост от характера и тежестта на нарушението могат да се прилагат следните мерки: 1) писмено указание за корекция и срок за изпълнение; 2) временно ограничаване или отнемане на права за достъп/публикуване в официалните дигитални канали; 3) задължение за предоставяне на официално уточнение/корекция, когато е приложимо; 4) ескалация към Ръководството на ВУМ и/или съответното компетентно звено за предприемане на действия по компетентност съгласно вътрешните актове на ВУМ и приложимото законодателство; 5) при нарушения от външни изпълнители/трети лица - писмено предупреждение, искане за незабавно премахване/корекция и/или прекратяване на сътрудничество съгласно договора и	Article 19. Monitoring and Penalties for Non-Compliance (1) Control over the implementation of this Instruction shall be exercised by the Marketing and Admissions Department within the scope of their competences regarding the processes under this Instruction, with assistance being requested from the relevant unit and/or the Management of VUM as necessary. (2) Upon establishing a breach or suspected breach of this Instruction, the Marketing and Admissions Department shall take immediate action to mitigate the risk, including requesting a correction, amendment, temporary hiding, or removal of content, where necessary. (3) Breaches shall be documented (date, channel, content, submitter/responsible person, actions taken) and the line manager of the respective individual/unit shall be notified. (4) Depending on the nature and severity of the breach, the following measures may be applied: a) a written instruction for correction and a deadline for implementation; b) temporary restriction or revocation of access/posting rights in the official digital channels; c) an obligation to provide an official clarification/correction, where applicable; d) escalation to the Management of VUM and/or the relevant competent unit for taking appropriate action in accordance with VUM's internal acts and applicable legislation; e) in the case of breaches by external contractors/third parties – a written warning, a request for immediate removal/correction, and/or termination of cooperation in accordance with the contract and applicable

ИНСТРУКЦИЯ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА СЪДЪРЖАНИЕТО В УЕБСАЙТОВЕТЕ И СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ
INSTRUCTION FOR CONTENT OF WEBSITES AND SOCIAL MEDIAPROCE

приложимото право.	law.
Член 20. Заключителни разпоредби (1) Настоящата инструкция има за цел да осигури последователно, коректно и координирано управление на съдържанието в официалните дигитални канали на ВУМ. (2) Всички звена и лица, попадащи в нейния обхват, съдействат за спазването на установения ред и предоставят своевременно необходимата информация.	Article 20. Final Provisions (1) This Instruction aims to ensure the consistent, accurate, and coordinated management of content across VUM's official digital channels. (2) All units and individuals falling within its scope shall cooperate to ensure compliance with the established procedure and provide the necessary information in a timely manner.
Утвърдена от Президента на ВУМ на 13.08.2026	Approved by the VUM President on 13 August 2026.
Приложение №1: Бранд наръчник (Brand Book) на ВУМ (PDF), Версия 1 / Дата 11.08.2026/ Отговорно звено: Отдел „Маркетинг и прием“	Appendix 1: VUM Brand Book (PDF), Version 1 / Data 11.08.2026/ Responsible unit: Marketing and Admissions Department
Утвърдил: Доц. д-р Тодор Радев Президент на Висше училище по мениджмънт 	Approved by: Assoc. Prof. Todor Radev President of Varna University of Management 