

ПРОГРАММА

«Современные информационно-коммуникационные технологии в работе молодого профсоюзного лидера»

Учебно-тематический план

Категория слушателей: молодежный профсоюзный актив

Срок обучения: 40 часов

Форма обучения: очная

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего часов	В том числе	
			Лекции	Практические занятия
1	2	3	4	5
Современные информационно - коммуникационные технологии в работе молодого профсоюзного лидера				
1.	Информационная работа профсоюзной организации, молодежного Совета, комиссии	2	1	1
2.	Информационная политика профсоюзной организации. Молодежная политика	2	2	-
3.	Пропаганда, агитация, реклама как формы информационной работы	2	2	-
4.	Типы печатной продукции, их характерные особенности. Требования к оформлению информационных, пропагандистских и агитационных материалов	4	2	2
5.	Мультимедийные технологии как эффективный метод преподнесения информации	2	2	-
6.	Информационные технологии презентационной графики	6	2	4
7.	Интернет-технологии информационного Взаимодействия	2	2	-
8.	Сайт профсоюзной организации как основа интернет-коммуникаций (сайт МОООП)	2	1	1
9.	Коммуникации и принципы работы в социальных сетях.	2	1	1
10.	Применение PR-технологий в работе профсоюзной организации	4	2	2
11.	Принципы взаимодействия со средствами массовой информации	4	2	2
12.	Информационно-коммуникационное сопровождение мероприятий и событий профсоюзной организации, молодежных Советов, комиссий	4	2	2

13.	Самостоятельная работа	2		2
14.	Итоговое тестирование	2		2
	Итого:	40	21	19

Содержание программы

«Современные информационно-коммуникационные технологии в работе молодого профсоюзного лидера»

1. Информационная работа профсоюзной организации.

Понятие «Информационная работа». Этапы работы с информацией. Цели и задачи информационной работы в профсоюзах. Принципы информационного обеспечения профсоюзной деятельности. Формы и методы. Планирование.

2. Информационная политика профсоюзной организации.

Понятие «Информационная политика». Особенности коммуникационных связей в профсоюзе. Модели информационной политики. Источники информации. Формирование и использование информационных ресурсов.

3. Пропаганда, агитация, реклама как формы информационной работы.

Идеологическая составляющая профсоюзной информации. Понятия: «пропаганда», «агитация», «реклама». Сходства и различия. Методы проведения.

4. Особенности и типы печатных материалов. Требования к оформлению информационных, пропагандистских и агитационных материалов.

Информационные и агитационные печатные материалы: листовка, буклет, проспект, дайджест. Малые формы печатной продукции. Плакат как средство агитации и пропаганды. Особенности восприятия и требования к оформлению плакатов. Инфографика.

5. Мультимедийные технологии как эффективный метод преподнесения информации.

Понятие «мультимедиа». Возможности и области применения. Инструментальные программные средства. Использование мультимедиа технологий в информационной работе профсоюзной организации.

6. Информационные технологии презентационной графики.

Возможности и области использования мультимедиа презентации. Рекомендации по разработке презентационных компьютерных материалов на базе MS PowerPoint. Разработка компьютерной презентации для сопровождения устного выступления и наглядного представления информации.

7. Интернет-технологии информационного взаимодействия.

Особенности и преимущества коммуникационной среды интернета. Мониторинг и использование информационных ресурсов профсоюзов в интернете. Коллективная работа над цифровыми ресурсами профсоюзной организации. Особенности интернета как канала распространения рекламы. Современные тенденции развития сетевого взаимодействия.

8. Сайт профсоюзной организации как основа интернет-коммуникаций.

Сайт профсоюзной организации и его место в единой системе информационного обеспечения профсоюзов. Информационное наполнение сайта и актуализация информации. Инструменты организации обратной связи. Поддержка, совершенствование, продвижение и оценка эффективности сайта. Сайт МОООП

9. Коммуникации и принципы работы в социальных сетях.

Социальные сети: сущность и преимущества. Коммуникации и общие принципы работы социальных сетей. Возможности использования социальных сетей в информационной работе профсоюзной организации. Обзор профсоюзных сообществ в социальных сетях. Разработка интернет – контента.

10. Применение PR-технологий в работе профсоюзной организации.

Сущность, основные функции Public Relations. Особенности PR – деятельности общественной организации. Внутренняя и внешняя общественность в сфере PR. Создание имиджа организации и ее руководителя. Бренд и фирменный стиль как важнейшие средства PR. PR и реклама: общие черты и основные отличия. Особенности Интернета как канала распространения рекламы.

11. Принципы взаимодействия со средствами массовой информации.

Виды, задачи и специализация СМИ. Сетевые СМИ. Формирование медиа-базы, Информационный повод. Событийный план. Организационная форма отношений со СМИ. Информационный пакет документов и материалов профсоюзной организации для СМИ.

12. Информационно-коммуникационное сопровождение мероприятий для молодежи и событий профсоюзной организации. PR-проект и PR-кампания. Медиа планирование. Формы взаимодействия со СМИ. Виды, организация и проведение специальных мероприятий/событий. PR-сопровождение информационно-пропагандистских мероприятий. Изучение данной дисциплины строится в форме деловых и ролевых игр.

Темы к зачету:

1. Информационная работа профсоюзной организации.
2. Планирование информационной работы профсоюзной организации.
3. Использование современных информационно-коммуникационных технологий в работе профсоюзной организации.
4. Информационно-пропагандистская работа профсоюзной организации на предприятии.
5. Целевая аудитория PR - работы - молодежь.
6. Обратная связь с целевой аудиторией – фактор успешной работы профсоюзной организации
7. Новация в информационной работе профсоюзной организации.
8. Сайт как канал коммуникации в PR – деятельности профсоюзной организации.

9. Профсоюзные информационные ресурсы: мониторинг и использование.
10. Профсоюзные, корпоративные, региональные СМИ как канал выхода на внешнюю целевую аудиторию.
11. Мультимедийные технологии как эффективный метод преподнесения информации.
12. Конкурс профсоюзной организации на лучшее проведение информационной - пропагандистской работы как инструмент PR.
13. Профсоюзный стенд.
14. Правила подготовки и визуализация публичного выступления.
15. Формирование имиджа профсоюзной организации посредством фирменного стиля.
16. Разработка и использование плакатов в работе профсоюзной организации.
17. Информация и мотивация профсоюзного членства.
18. Организация и проведение PR-акции.
19. Профсоюзная инфографика.
20. Информационное сопровождение коллективно-договорной кампании.

Литература и интернет ресурсы

1. Конституция Российской Федерации, принята всеобщим голосованием 12 декабря 1993г.
2. Федеральный закон "О профессиональных союзах, их правах и гарантиях деятельности" N 10-ФЗ от 12.01.1996 г.
3. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» № 149-ФЗ от 27.07.2006 г.
4. Федеральный закон «О средствах массовой информации» от 27.12.1991
5. Федеральный закон "О рекламе", от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ
6. Концепция молодежной политики МОООП
7. Концепция информационной политики ФНПР – новая редакция (постановление Генерального совета ФНПР от 18 февраля 2004 года)
8. Постановление Исполкома ФНПР от 20.11.2012 № 6-12 «О Рекомендациях по информационному взаимодействию профсоюзных организаций»
9. Постановление Генерального совета ФНПР от 26 октября 2016 года №5-4 «О состоянии информационной работы в ФНПР, ее членских организациях и задачах на предстоящий период в свете решений IX съезда ФНПР»
10. Постановление Исполкома ФНПР от 14.12.2016 № 8-1 «О Плане мероприятий по подготовке и проведению «Года профсоюзной информации» в 2017 году».
11. Белов А.А. Теория и практика связей с общественностью. – Ростов н/Д.: «Феникс», 2005.
12. Березняков Д.В. СМИ и PR-технологии. – Новосибирск: СибАГС, 2006.
13. Бузин В.Н., Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиа планирование. Москва Дашков и К, 2012

14. Бузин В.Н. , Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиа планирование. Москва Дашков и К, 2012
15. Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью: Учебное пособие. Москва ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013.
16. Валладарес, Дж.А. Ремесло копирайтинга; СПб: Питер, 2013.
17. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. – М.:, 2010
18. Информационные технологии в юридической деятельности: учебник для бакалавров / под общ. ред. П. У. Кузнецова. — М.: Издательство Юрайт, 2012. — Серия: Бакалавр. Базовый курс.
19. Каплунов Д. А. Контент, маркетинг и рок-н-ролл. Книга-муза для покорения клиентов в интернете – 2-е изд. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015
20. Коноваленко А.В. Психология политической рекламы. – Ростов-н/Д.: Феникс, 2005. Лебедев-Любимов А. Н. Психология рекламы. - СПб.: Питер, 2007.
21. Макклелланд Д. Мотивация человека. - СПб, «Питер», 2007.
22. Песоцкий Е.А. Реклама и мотивация потребителей. – М.: Дашков и К*, 2009.
23. Профсоюзный словарь-справочник. Под редакцией Гриценко Н.Н. Переработанное и дополненное издание.- М: АТиСО,2005
24. Халилов Д.Маркетинг в социальных сетях. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.
25. Шершуков А.В. Профсоюзная идеология. - М.: Издательский центр газеты «Солидарность».- 2012.
26. Шлыкова О. В. Культура мультимедиа: Учебное пособие для студентов / МГУКИ. –М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004.
27. Эйтчисон Дж. Разящая реклама. Как создать самую лучшую в мире печатную рекламу брендов в XXI веке, М.: Вильямс, 2010.

Интернет ресурсы:

www.fnpr.ru - сайт ФНПР;
www.mooop.ru – сайт МОООП;
www.atiso.ru - сайт ОУП ВО «АТиСО»;
www.ipdatiso.ru - сайт Института профсоюзного движения ОУП ВО «АТиСО»;
www.wciom.ru - сайт Всероссийского центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ);
www.fom.ru – сайт Фонда «Общественное мнение» (ФОМ);
www.civilfund.ru – сайт Фонда развития гражданского общества (ФОРГО);
www.solidarnost.org – сайт Центральной профсоюзной газеты «Солидарность»;
www.garant.ru - Информационно-правовой портал Гарант.