**Профессиональный союз работников народного образования и науки**

**Российской Федерации**

**ЛИПЕЦКАЯ ОБЛАСТНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ**

 **Информационный листок № 21**

 *(11 декабря 2017 год)*

***Председателям***

***районных, городских и***

***первичных профсоюзных организаций***

**РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ**

**РАБОТЫ В ППО**

Страничка первичной профсоюзной организации на сайте образовательной организации или сообщество в социальных сетях являются «визитной карточкой» первичной профсоюзной организации, которая должна быть наглядной, доступной, максимально полезной, информативной и привлекательной.

***Рекомендуемое наполнение странички первичной профсоюзной организации:***

* Корпоративная идентичность (присутствие символики Общероссийского Профсоюза образования).
* Полное наименование первичной профсоюзной организации.
* Ф.И.О. председателя первичной профсоюзной организации, фотография, контактная информация.
* Состав профсоюзного комитета с распределением обязанностей.
* Контактная информация профсоюзного комитета (телефон, адрес корпоративной электронной почты)
* Структура первичной профсоюзной организации.
* Динамика профсоюзного членства за год (численность, процент охвата).
* Положение о первичной профсоюзной организации;
* План работы на текущий учебный год;
* Повестки ближайших собраний (конференций), заседаний профкома;
* Публичный доклад за прошедший год;
* Коллективный договор (скан страницы с реквизитами и подписями, печатью, датой подписания, штампом Уведомительной регистрации);
* Приложения к коллективному договору;
* Новостная лента (новости о мероприятиях первичной профсоюзной организации, территориальной профсоюзной организации, ЛОО Профсоюза). Анонс праздников, конкурсов, экскурсий, профсоюзных акций, спортивных мероприятий).
* Информация о социальных программах Профсоюза (оздоровление и отдых членов профсоюза и членов их семей, новогодние представления для детей и др.)
* Фотогалерея.
* Поздравления членов Профсоюза с праздниками.
* Информация о правовой работе, охране труда. Важно, чтобы посетители видели не только «праздничную» составляющую деятельности первичной профсоюзной организации, но и понимали, какой объём правозащитной работы выполняется ежедневно. Члены Профсоюза должны быть уверены в собственной защищенности, подтвердить это могут краткие отчёты о различных проверках, отдельные анонимные истории о ситуациях, в которых была оказана профсоюзная помощь

***Общие советы по ведению страницы первичной профсоюзной организации:***

**Дизайн.** Первые впечатления посетителя от любого сайта создаются на основе его дизайна. Поэтому дизайн профсоюзной страницы должен быть привлекательным. Наиболее распространённая ошибка при создании визуального образа страницы — игра с цветами. Яркость и многоцветность портят вид и саму «читаемость» страницы. Поэтому не следует размещать разноцветные тексты, яркие фоны, либо визуальные эффекты, например, сверкающие анимации. Не советуем играть со шрифтами, лучше всего выбрать единый шрифт и его размер, это добавит строгость и авторитетность вашей странице на сайте. Для того чтобы выделить важные части текста используйте полужирный, курсивный либо подчёркнутый текст. Вы можете комбинировать данные инструменты.

**Наполнение.** При написании новостных статей старайтесь использовать публицистический стиль с элементами разговорного. Предложения должны быть читаемы. По правилам журналистики, оптимальным для восприятия является предложение, состоящее из не более чем 7 слов. Старайтесь не использовать фразы-клише и канцеляризмы. Не используйте заимствования, они не делают вашу речь богаче или умнее.

Рекомендуется любую запись или новость снабжать фотографией или иллюстрацией. Это положительно скажется на информативности публикации, а затем и на её охвате. Обратите внимание, что фотографии являются объектами авторского права, поэтому стоит пользоваться исключительно собственными снимками или бесплатными фотобанками.

**Актуальность.** Журналисты сравнивают новость с пирожком. Новость хороша только тогда, когда горяча. Поэтому размещайте материалы своевременно. Утратившие силу документы стоит удалять, чтобы не заполнять информационное пространство. Следите за работоспособностью ссылок, в случае необходимости обновляйте их. Отслеживать содержимое страницы первичной профсоюзной организации. Размещать новости следует не менее 1 раза в неделю.

**Навигация.** Любая информация на вашей странице Должна быть легка для поиска и удобна для использования. Рекомендуется размещать контент в пределах двух-трёх кликов/ переходов с основной страницы первичной профсоюзной организации.

**Документы.** Каждый документ на сайте должен иметь корректное название, раскрывающее его суть, текст документа информации) должен быть оформлен в полном объеме (наличие титульного листа, грифа утверждения), читаем и хорошо различим. Размещенные материалы должны соответствовать правилам и нормам русского языка.

Используйте общепринятые форматы файлов: Portable Document Files (.pdf), Microsoft Word / Microsoft Excel (.doc, .docx, ,xls, .xlsx).

***Первичная профсоюзная организация и социальные сети***

Ещё одной полезной платформой для профсоюзной организации любого уровня может стать станица, группа или профиль первичной профсоюзной организации в социальных сетях. Почти каждый из нас хотя бы раз в день заходит в ту или иную социальную сеть. Эта привычка для многих людей стала настоящей зависимостью. Создав хорошую группу, страницу или профиль, мы обязательно получим активную аудиторию, которая будет ежедневно читать наши публикации. Социальные сети дали нам возможность общаться с каждым членом профсоюза в режиме онлайн и оказывать помощь в любой ситуации.

Социальные сети позволяют создать обсуждения актуальных вопросов внутри коллективов и даже онлайн-чаты, в которых сотрудники смогут не только посоветоваться друг с другом, но и познакомиться, начать общаться, найти новых друзей, а это просто необходимо для успешного командообразования, поддержания конструктивной направленности коллектива.

**Опции и содержание социальных сетей ППО:**

При создании страницы, группы или профиля «первички» в социальных сетях перед вами встанет выбор: сделать новую платформу открытой для всех пользователей сети Интернет или закрыть её от лишних глаз, приглашая участников самостоятельно.

Мы советуем вам выбирать вариант «открытой платформы»- Это позволит показать вашу работу не только избранному кругу лиц, но и каждому, кто заинтересуется деятельностью профсоюза. Наша открытость покажет, что нам нечего скрывать, есть чем гордиться, что наша активная деятельность действительно помогает людям. Закрытое сообщество наоборот вызовет негативные мысли у пользователей сети Интернет. Ещё один важный аргумент в пользу открытого «сообщества» - мотивация вступления в профсоюз. В крупном образовательном комплексе трудно следить за появлением новых сотрудников, поэтому вы можете элементарно не успеть оперативно пригласить потенциального члена профсоюза в группу, сообщество или профиль, рассказать о деятельности профсоюза. Открытые платформы в социальных сетях смогут это сделать за вас и без вашего участия.

Стоит отметить, что социальные сети ориентированы, прежде всего, на новостной контент. Поэтому размещать публикации надо своевременно и достаточно регулярно. «Мёртвая» страница, на которой размещается, в лучшем случае, одна публикация в неделю, не станет пользоваться популярностью и превратится в очередной бесполезный и никому не нужный ресурс в Интернете, более того, такая страница станет антирекламной, будет показывать, что вы не справляетесь с информационной работой. Загружая более 3 публикаций в неделю, вы покажете активность вашей «первички», что приведёт к повышению авторитета профсоюзной организации, привлечёт в неё новых членов.

**Профсоюзный уголок.**

Ещё одним хоть и устаревшим инструментом по донесению информации до членов профсоюза является «Профсоюзный уголок».

Мы рекомендуем размещать на нём:

• Статистическую информацию о профсоюзной организации;

• Состав профсоюзного комитета с распределением обязанностей;

• Перспективный план и основные направления деятельности профсоюзного комитета;

• Основные решения последнего заседания профсоюзного комитета;

• Информацию о ближайшем заседании профкома;

• Информацию о ходе выполнения Коллективного договора;

• Рекламные и информационные материалы Профсоюза;

• Актуальные материалы СМИ: «Мой профсоюз», «Солидарность», «Учительская газета» и др.;

• Поздравления к юбилеям, знаменательным датам;

• Грамоты, благодарности первичной профсоюзной организации.

***Другие формы информационной работы:***

**Корпоративная почта**

Функционально корпоративная почта практически не отличается от обычной пользовательской, однако она несёт в себе очень важную имиджевую составляющую. Созданные по одному принципу с другими адресами организации, имеющие в адресе название «бренда» корпоративные почтовые ящики являются авторитетным механизмом оповещения членов профсоюза, взаимодействия с социальными партнёрами. Корпоративная почта показывает, что вы обращаетесь к своему адресату не только от своего имени, но и как часть нашего огромного и сильного профсоюза.

Возможности:

* Создание базы электронных адресов;
* Оперативное ведение переписки;
* Обмен документами, файлами и т.п.;
* Упорядочение информационных потоков;
* Гарантия и контроль своевременного адресного получения информации.