

ПОЛОЖЕНИЕ
о Конкурсе ЛФП «Лучшая постановка информационно-пропагандистской работы
среди профсоюзных организаций»

I. Общие положения

- 1.1. Конкурс «Лучшая постановка информационно-пропагандистской работы среди профсоюзных организаций» учрежден Союзом «Межрегиональное Санкт-Петербурга и Ленинградской области объединение организаций профсоюзов «Ленинградская Федерация Профсоюзов» (ЛФП).
- 1.2. Конкурс проводится ежегодно.
- 1.3. Координацию работы по проведению Конкурса осуществляет Постоянная комиссия Совета ЛФП по информационной политике (далее – Комиссия).

II. Цель и задачи Конкурса

2.1. Цель конкурса:

- активизация и совершенствование информационной работы в членских организациях ЛФП и первичных профсоюзных организациях;
- выявление, распространение и поощрение лучшего опыта информационной работы членских организаций ЛФП и первичных профсоюзных организаций.

2.2. Задачи конкурса:

- повышение качества информационных материалов деятельности профсоюзных организаций и оперативности их доведения до членов профсоюзов;
- пропаганда идей, целей и задач профессиональных союзов;
- формирование имиджа профсоюзов как эффективного защитника трудовых прав и социальных гарантий работников.

III. Условия и порядок проведения конкурса

3.1. Выдвижение работ на Конкурс производится организациями – участниками конкурса.

3.2. Прием работ, представленных на Конкурс, производится до 30 октября текущего года за период с 1 октября предыдущего года по 30 сентября текущего года.

3.3. Конкурс проводится по трем группам:

I группа

членские организации ЛФП с численностью членов профсоюзов до 10 000 человек

II группа

членские организации ЛФП с численностью членов профсоюзов 10 000 и более человек

III группа

первичные профсоюзные организации.

3.4. Организации – участники конкурса представляют для оценки материалы по следующим направлениям информационно-пропагандистской работы:

Среди членских организаций ЛФП:

информационно-пропагандистская работа оценивается по следующим категориям:

- печатная агитационная продукция профсоюзной организации;
- видеопродукция профсоюзной организации;
- профсоюзный сайт;
- профсоюзная группа в социальной сети или телеграм-канале»;
- постановка работы со СМИ;
- печатные публикации на всероссийском и международном уровнях;
- новация в информационной работе.

Среди первичных профсоюзных организаций:

- печатная агитационная продукция профсоюзной организации;
- видеопродукция профсоюзной организации;
- профсоюзный электронный информационный ресурс;
- информационный стенд профсоюзной организации;
- постановка работы со СМИ;
- новация в информационной работе.

3.5. Материалы на Конкурс принимаются в следующем виде:

- печатная агитационная продукция профсоюзной организации (газета, буклет, плакат, листовка и т.п. – образцы продукции (оригиналы или копии), краткая справка о продукции (время и цель создания, тираж, порядок распространения, целевая аудитория);
- видеопродукция (фильм, видеоролик) на электронном носителе или в виде ссылки, краткая справка о продукции (время и цель создания, порядок использования и распространения, целевая аудитория; востребованность у целевой аудитории);
- профсоюзный сайт – краткая справка о продукции (время и цель создания, целевая аудитория, данные о количестве просмотров);
- профсоюзная группа в социальной сети или телеграм-канале – ссылки на публикации в социальных сетях (акцию, конкурс и т.п.), краткая справка о продукции (время и цель создания, целевая аудитория, количество и тональность реакций, комментариев и перепостов);
- профсоюзный электронный информационный ресурс» - социальные сети, внутрикорпоративные средства доведения информации, рассылки сообщений по электронной почте и др. - краткая справка о продукции (время и цель создания, целевая аудитория, количество и тональность реакций, комментариев и перепостов);
- информационный стенд – фотографии стенда в электронном виде хорошего качества, образцы материалов, размещаемых на стенде, краткая справка о продукции (место расположения стенда, его основные разделы, частота обновления информации, востребованность у аудитории);
- постановка работы со СМИ – краткая справка о количестве публикаций и СМИ, в которых они вышли;
- новация в информационной работе – краткая справка о новации (время и цель создания, суть новации, результат).

3.5. Материалы на Конкурс представляются по адресу: 190098, Санкт-Петербург, пл. Труда, 4, Дворец Труда, к. 95. Телефоны:

IV. Подведение итогов Конкурса

4.1. Подведение итогов Конкурса осуществляет Президиум ЛФП по рекомендации Комиссии в IV квартале текущего года.

4.2. Победители конкурса определяются в каждой группе по наибольшей сумме баллов, набранной по всем направлениям информационной работы.

4.3. При оценке конкурсных материалов учитываются следующие рекомендации по начислению баллов по каждому направлению информационно-пропагандистской работы:

Печатная агитационная продукция профсоюзной организации:

- актуальность информации (от 0 до 5 баллов);
- новизна или оригинальность подачи информации (от 0 до 5 баллов);
- оригинальность визуального решения (от 0 до 5 баллов);
- доступность и охват целевой аудитории (от 0 до 5 баллов);
- соответствие профсоюзной идеологии (от 0 до 5 баллов);
- качественная и эстетическая составляющая (от 0 до 5 баллов);
- мотивирующий эффект (от 0 до 5 баллов).

Видеопроодукция профсоюзной организации:

- оригинальность подачи (от 0 до 5 баллов);
- актуальность (от 0 до 5 баллов);
- достижение цели создания (от 0 до 5 баллов);
- доступность и охват целевой аудитории (от 0 до 5 баллов);
- соответствие профсоюзной идеологии (от 0 до 5 баллов);
- качественная и эстетическая составляющая (от 0 до 5 баллов);
- новизна и (или) оригинальность подхода (от 0 до 5 баллов);
- мотивирующий эффект (от 0 до 5 баллов).

Профсоюзный сайт:

- наполнение сайта, его навигация и оформление (от 0 до 5 баллов);
- частота обновлений и наличие фото/видео иллюстраций новостного раздела (от 0 до 5 баллов);
- общая представленность и описание организации (от 0 до 5 баллов);
- наличие раздела «Профсоюз помог» (от 0 до 5 баллов);
- наличие и периодичность новостей первичных профсоюзных организаций (от 0 до 5 баллов);
- возможность обратной связи, получения онлайн-консультации специалистов членской организации ЛФП (от 0 до 5 баллов).

Профсоюзная группа в социальной сети или телеграм-канале:

- количество подписчиков (от 0 до 5 баллов);
- частота публикаций (от 0 до 5 баллов);
- вовлеченность пользователей (количество «лайков», комментариев и репостов) (от 0 до 5 баллов);
- соответствие записей тематике сообщества (от 0 до 5 баллов);
- наличие фото/видео иллюстраций новостей (от 0 до 5 баллов);

- наличие новостей по тематике «Профсоюз помог» (от 0 до 5 баллов);
- наличие консультаций для членов профсоюза (от 0 до 5 баллов).
- Профсоюзный электронный информационный ресурс»:
 - количество получателей информации (от 0 до 5 баллов);
 - частота публикаций, рассылок (от 0 до 5 баллов);
 - вовлеченность пользователей (количество «лайков», комментариев и репостов) (от 0 до 5 баллов);
 - соответствие записей тематике сообщества (от 0 до 5 баллов);
 - наличие фото/видео иллюстраций новостей (от 0 до 5 баллов);
 - наличие новостей по тематике «Профсоюз помог» (от 0 до 5 баллов);
 - наличие консультаций для членов профсоюза (от 0 до 5 баллов).

Информационный стенд профсоюзной организации:

- доступность материала и охват целевой аудитории (от 0 до 5 баллов);
- оригинальность визуального решения (от 0 до 5 баллов);
- актуальность и востребованность представленной информации (от 0 до 5 баллов);
- информативность разделов (от 0 до 5 баллов);
- наличие профсоюзной символики, контактов для обратной связи (от 0 до 5 баллов);
- эстетическая и качественная составляющая материалов (от 0 до 5 баллов);
- новизна и оригинальность подхода в подаче информации (от 0 до 5 баллов).

Постановка работы со СМИ:

- количество публикаций (сюжетов, репортажей) в СМИ (от 0 до 5 баллов);
- количество СМИ, в которых вышли материалы об организации (от 0 до 5 баллов);
- популярность, востребованность СМИ (от 0 до 5 баллов).

Новации в информационной работе:

- новизна в работе с членами профсоюза в информационном поле и в продвижении профсоюзных идей среди трудящихся (от 0 до 5 баллов);
- соответствие формы и содержания новации заявленной цели (от 0 до 5 баллов);
- качественная и эстетическая составляющая новации (от 0 до 5 баллов);
- мотивирующий эффект новации (от 0 до 5 баллов).

4.4. Победителям Конкурса в каждой группе вручаются почетные дипломы и премии: за 1 место – 10 тысяч рублей, за 2 место – 8 тысяч рублей, за 3 место – 7 тысяч рублей.

4.5. Торжественное награждение победителей Конкурса проводится в конце текущего года.