



**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ПРОФСОЮЗОВ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«АКАДЕМИЯ ТРУДА И СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ»**

**УТВЕРЖДЕНО**

Ученым советом  
ОУП ВО «АТиСО»  
от «28» февраля 2017г.  
(протокол №29)

Председатель Ученого совета  
Н.Н. Кузьмина

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ**

**«ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
ПРОФСОЮЗНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ»**

**Москва**

**2017**

Программу составили:

- вице-президент – исполнительный директор Института профсоюзного движения ОУП ВО «АТиСО», кандидат экономических наук, доцент С.Е. Демидова;
- Н.Г. Рожанская

## 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

### *1.1. Цель реализации программы*

Целью дополнительной профессиональной программы повышения квалификации «Информационное обеспечение деятельности профсоюзной организации» является создание у слушателей современного и целостного представления об информационной работе в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации, формирование компетенций необходимых для профессиональной деятельности и умений применять полученные знания на практике, повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации.

### *1.2. Характеристика профессиональной деятельности слушателей, освоивших программу повышения квалификации*

**Область профессиональной деятельности** слушателей, освоивших программу повышения квалификации «Информационное обеспечение деятельности профсоюзной организации» профсоюзные организации любого уровня (первичные, территориальные), их председатели, заместители председателей организаций профсоюзов, специалисты по информационной работе и работе по связям с общественностью.

**Объектами профессиональной деятельности** слушателей, освоивших программу повышения квалификации «Информационное обеспечение деятельности профсоюзной организации» являются формы и методы информационной работы, мероприятия по информационному обеспечению решения уставных задач профсоюзных организаций.

**Виды профессиональной деятельности**, выполнение которых предполагается после освоения программы повышения квалификации «Информационное обеспечение деятельности профсоюзной организации»:

- организационно-управленческая;
- информационно-аналитическая;

- социально-психологическая.

Слушатели, освоившие программу повышения квалификации «Информационное обеспечение деятельности профсоюзной организации» в соответствии с видами профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа, готовы решать следующие профессиональные задачи:

**организационно-управленческая деятельность:**

- участие в разработке и реализации стратегии организации профсоюза по вопросам информационной работы;
- разработка и реализация комплекса мероприятий по информационной работе;
- координация работы активистов профсоюзной организации, для осуществления информационной работы

**информационно-аналитическая деятельность:**

- сбор, обработка и анализ информации по вопросам социально-трудовых отношений и профсоюзного движения;
- создание и ведение баз данных по вопросам социально-трудовых отношений и профсоюзного движения

**социально-психологическая деятельность:**

- осуществление работы по информированию работников организации, как членов профсоюза, так и не являющихся членами профсоюза;
- осуществление мероприятий, влияющих на мотивацию профсоюзного членства и формирование общественного мнения

***1.3. Требования к результатам освоения программы повышения квалификации***

В результате освоения программы повышения квалификации слушатели:

***а) должны знать:***

- нормативно-правовое регулирование в информационной сфере;
- основные направления информационной работы профсоюзов;

- современные информационные и коммуникационные технологии;
- правила создания печатных информационных, пропагандистских и агитационных материалов;
- психологические особенности восприятия информации.

***б) должны уметь:***

- общаться с представителями общественности и средствами массовой информации;
- применять информационные и коммуникационные технологии;
- создавать информационные, пропагандистские и агитационные материалы.

***в) должны владеть:***

- технологиями взаимодействия с общественностью и средствами массовой информации (PR – технологиями);
- навыками использования психологических методов создания информационного поля.

У слушателей должны быть сформированы профессиональные компетенции:

- способность применять нормативно-правовые документы в информационной сфере;
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации;
- способность организовывать работу профсоюзного актива по вопросам информационного обеспечения деятельности организации;
- способность формировать систему общественных коммуникаций;
- способность организовывать мониторинг и анализ информации по вопросам внутренних и внешних информационных ресурсов.

### ***1.3. Требования к уровню подготовки поступающего на обучение, необходимые для освоения программы***

К освоению программы допускаются лица, имеющие высшее, либо среднее профессиональное образование. Наличие указанного образования должно подтверждаться документом государственного образца.

### ***1.4. Трудоемкость обучения***

Нормативная трудоемкость дополнительной профессиональной образовательной программы повышения квалификации составляет 72 часа.

### ***1.5. Форма обучения***

Форма обучения – очная.

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

### 2.1. Учебный план

**Категория слушателей:** профсоюзные кадры и актив

**Срок обучения:** 72 часа

**Форма обучения:** очная

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего часов	В том числе	
			Лекции	Практические, лабораторные занятия
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
1.	Нормативно-правовое регулирование информационной работы	4	2	2
2.	Современные информационно-коммуникационные технологии	36	21	15
3.	Социально-психологическая подготовка	32	8	24
	Итого:	72	31	41
	Итоговая аттестация		Зачет	

### 2.2. Учебный график

**освоения программы повышения квалификации**

Две сессии по пять дней. Итоговая аттестация в форме зачета.

### 2.3. Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего часов	В том числе	
			Лекции	Практические, лабораторные занятия
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
<b>1.</b>	<b>Нормативно-правовое регулирование информационной работы</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
1.1.	Законодательство Российской Федерации в информационной сфере	2	1	1
1.2.	Концепция информационной политики ФНПР	2	1	1
<b>2.</b>	<b>Современные информационно-коммуникационные технологии</b>	<b>36</b>	<b>21</b>	<b>15</b>
2.1.	Информационная работа профсоюзной организации	2	1	1
2.2.	Информационная политика профсоюзной организации	2	2	-
2.3.	Пропаганда, агитация, реклама как формы информационной работы	2	2	-

2.4.	Типы печатной продукции, их характерные особенности. Требования к оформлению информационных, пропагандистских и агитационных материалов.	4	2	2
2.5.	Мультимедийные технологии как эффективный метод преподнесения информации	2	2	-
2.6.	Информационные технологии презентационной графики	6	2	4
2.7.	Интернет-технологии информационного взаимодействия	2	2	-
2.8.	Сайт профсоюзной организации как основа интернет-коммуникаций	2	1	1
2.9.	Коммуникации и принципы работы в социальных сетях.	2	1	1
2.10.	Применение PR-технологий в работе профсоюзной организации	4	2	2
2.11.	Принципы взаимодействия со средствами массовой информации	4	2	2
2.12.	Информационно-коммуникационное сопровождение мероприятий и событий профсоюзной организации	4	2	2
<b>3.</b>	<b>Социально-психологическая подготовка</b>	<b>32</b>	<b>8</b>	<b>24</b>
3.1	Психология межличностного и делового общения	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>6</b>
3.2.	Психологические аспекты информирования	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>6</b>
3.3.	Психология рекламы	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>6</b>
3.4.	Информационная работа в мотивации профсоюзного членства	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>6</b>
	<b>Итого:</b>	<b>72</b>	<b>31</b>	<b>41</b>
	<b>Итоговая аттестация</b>	<b>Зачет</b>		

## *2.4. Содержание программы*

### **1. Нормативно-правовое регулирование**

#### **1.1. Законодательство Российской Федерации в информационной сфере**

Информация как объект правового регулирования. Области применения информационного законодательства. Закон РФ №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и защите информации». Закон РФ № 3523-1 «О правовой охране программ для ЭВМ и баз данных». Закон №152-ФЗ «О персональных данных». Правовое регулирование деятельности средств массовой информации. Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» от 27 декабря 1991. Правовое регулирование рекламной деятельности. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе». Право собственности на информационные продукты. Право профсоюзов на информацию.



## **1.2. Концепция информационной политики ФНПР**

Резолюция IX съезда ФНПР «Эффективная информационная работа – инструмент укрепления профсоюзов». Концепция информационной политики ФНПР – новая редакция (постановление Генерального совета ФНПР от 18 февраля 2004 года). Постановление Исполкома ФНПР от 20.11.2012 № 6-12 «О Рекомендациях по информационному взаимодействию профсоюзных организаций». 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». Постановление Исполкома ФНПР от 14.12.2016 № 8-1 «О Плане мероприятий по подготовке и проведению «Года профсоюзной информации» в 2017 году».

## **2. Современные информационно-коммуникационные технологии**

### **2.1. 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.

### **2.2. Информационная политика профсоюзной организации**

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

### **2.3. Пропаганда, агитация, реклама как формы информационной работы**

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

### **2.4. 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.

### **2.5. Мультимедийные технологии как эффективный метод преподнесения информации**

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

### **2.6. 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.

### **2.7. 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.

### **2.8. 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.

## **2.9. 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.

## **2.10. 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.

## **2.11. 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.

## **2.12. Информационно-коммуникационное сопровождение мероприятий 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.

## **3. Социально-психологическая подготовка**

### **3.1. Психология межличностного и делового общения**

Механизмы и закономерности общения. Основные каналы коммуникации в межличностном общении. Коммуникативная личность: формирование навыков межличностного общения. Принципы построения делового общения. Формирование навыков сотрудничать, вступать в деловые контакты. Искусство устной деловой речи.

### **3.2. Психологические аспекты информирования**

Психологические аспекты информационных процессов в ходе массовой коммуникации. Особенности восприятия информации. Психологические особенности информирования разных возрастных групп, групп разного социального положения. Способность убеждать. Психология влияния.

### **3.3. Психология рекламы**

Массовые коммуникации: особенности и психологические функции. Психологические средства осуществления рекламных и PR-коммуникаций Психологические особенности восприятия рекламной продукции.

### **3.4. Информационная работа в формировании мотивации профсоюзного членства**

Понятия: «потребность», «мотив», «мотивация». Строение потребностно-мотивационной сферы. Побуждающая сила мотивов. Целеобразование. Мотивационные установки. Особенности мотивации различных социальных групп. Влияние информации на мотивационные процессы.

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

#### 3.1. Материально-технические условия реализации программы

<i>Наименование специализированных аудиторий, кабинетов</i>	<i>Вид занятия</i>	<i>Наименование оборудования, программного обеспечения</i>
1	2	3
Учебная аудитория «Малый зал»	Лекции, практические занятия	Компьютер, мультимедийный проектор, экран, доска, флипчарт, телевизор
Аудитория 202	Практические занятия, деловые игры, тренинги	Компьютер, мультимедийный проектор, экран, доска, флипчарт, телевизор, видеокамера
Компьютерный класс	Практические занятия	Компьютеры и программное обеспечение

#### 3.2. Учебно-методическое обеспечение программы

Печатные издания, учебные пособия, профильная литература, отраслевые и другие нормативные документы, электронные ресурсы по каждой дисциплине.

#### 3.3. Оценка качества

Для определения полноты формирования и развития компетенций слушателя итоговая аттестация по программе выполняется в форме зачета, как создание и представление компьютерной презентации по выбранной теме (на примере профсоюзной организации слушателей).

#### 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.

#### ***3.4. Рекомендуемая литература***

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 г.

5. Федеральный закон "О рекламе", от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ
6. Резолюция IX съезда ФНПР «Эффективная информационная работа – инструмент укрепления профсоюзов»
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 Фербере, 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](http://www.fnpr.ru) - сайт ФНПР;
- [www.atiso.ru](http://www.atiso.ru) - сайт ОУП ВО «АТиСО»;
- [www.ipdatiso.ru](http://www.ipdatiso.ru) - сайт Института профсоюзного движения ОУП ВО «АТиСО»;
- [www.wciom.ru](http://www.wciom.ru) - сайт Всероссийского центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ);
- [www.fom.ru](http://www.fom.ru) – сайт Фонда «Общественное мнение» (ФОМ);
- [www.civilfund.ru](http://www.civilfund.ru) – сайт Фонда развития гражданского общества (ФОРГО);
- [www.solidarnost.org](http://www.solidarnost.org) – сайт Центральной профсоюзной газеты «Солидарность»;
- [www.garant.ru](http://www.garant.ru) - Информационно-правовой портал Гарант.