

ТАБЛИЦА

критериев оценки информационной работы членских организаций МФП и первичных профсоюзных организаций

№№ п/п	Показатели	Критерии оценки	Подтверждающие материалы
1.	Сайт профорганизации; Web-страничка на сайте горкома профсоюзов; Web-страничка на сайте членской профорганизации; Аккаунт в социальных сетях; Web-страничка на сайте предприятия, учреждения	- общее оформление сайта и разделов, навигация сайта; - частота обновлений и наличие фото/видео иллюстраций новостного раздела; - общая представленность и описание организации; - наличие баннерообменных зон и внешних ссылок, фото и мультимедийных инструментов; - количество уникальных посетителей в месяц; - актуальность публичных документов организации, наполненность разделов.	ссылка на интернет-ресурс, дата его создания; частота обновления и пополнения материалов; данные об охвате аудитории (для сайта - число уникальных посетителей в месяц); наличие страницы на сайте предприятия подтверждающей скрин-шотами с обновляемой информацией и кратким описанием разделов
2.	Информационный стенд (профсоюзный уголок)	- наличие профсоюзной символики; контактов для обратной связи; - соответствие материалов профсоюзной тематике; - эстетическая и качественная составляющая материалов; - доступность материала, место размещения стенда и охват целевой аудитории; - оригинальность визуального решения; - актуальность и востребованность представленной информации; - новизна и оригинальность подхода в подаче информации.	направляются цветные фотографии стенда хорошего качества; образцы материалов, размещаемых на стенде; сопровождается краткой справкой о месте его расположения, основных разделах, частоте обновления информации; востребованность у аудитории.
3.	Печатная агитационная продукция (плакаты, буклеты, календари, листовки, брошюры и др.) с января 2018 года по декабрь 2018 года	- оригинальность визуального решения; - актуальность; - оригинальность подачи информации; - соответствие материалов профсоюзной тематике; - возможность использования в связке с другими информационными инструментами.	представляются образцы (оригиналы) продукции; сопровождается кратким описанием (дата издания, тираж, порядок распространения; целевая аудитория; востребованность)

4.	Выпуск собственных газет, информационных бюллетеней, информационных листов, других форм периодических изданий с января 2018 года по декабрь 2018 года. Авторские материалы	- актуальность и востребованность представленной информации; - информативность рубрик; - соответствие материалов профсоюзной тематике; - новизна и оригинальность в подаче информации; - эстетическая и качественная составляющая материалов; - периодичность выпуска, востребованность у целевой аудитории; - наличие профсоюзной символики; контактов для обратной связи. - разнообразие рубрик и тем для обсуждения - глубина раскрытия вопроса - полнота рассмотрения темы	представляются образцы (оригиналы) собственной печатной продукции; сопровождаются кратким описанием (дата издания, тираж, порядок распространения; целевая аудитория; востребованность)
5.	Видеопродукция	- актуальность темы, достижение цели создания видеоролика; - соответствие профсоюзной тематике; - оригинальность подачи; - возможность самостоятельного использования в информационной работе.	видеоролик на электронном носителе либо ссылка на интернет- ресурс. В сопроводительной записке указывается тематика и продолжительность, дата и информационный повод для создания; порядок распространения; целевая аудитория; автор (фамилия, имя, отчество автора, занимаемая должность и контактный телефон).
6.	Выступления по ТВ, радио, проведение пресс-конференций, сотрудничество с региональными, местными, корпоративными СМИ, в том числе электронными	- актуальность и востребованность информации; - периодичность, востребованность у целевой аудитории.	предоставляются ссылки на видеорепортажи, запись радиоэфира, экземпляры газет, ссылки на интернет-ресурсы.