

УТВЕРЖДАЮ

Директор

МУК «Ижморская ЦБС»

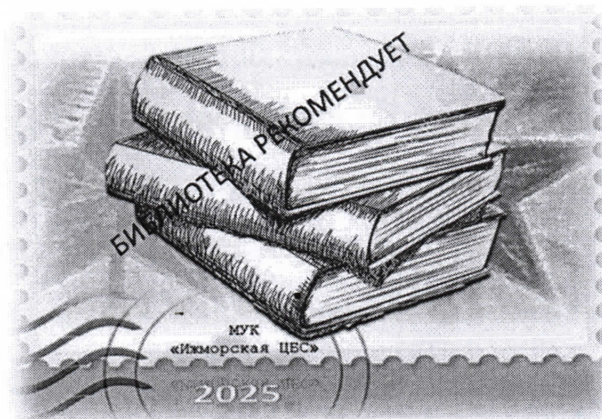
Фролова О.В.

2025 г.



ПОЛОЖЕНИЕ

о Муниципальном профессиональном конкурсе
по продвижению библиотечных продуктов и услуг
«Наша марка»



Один из главных вопросов сегодняшнего дня: как не только удержать библиотеку на плаву, но и двинуться вперёд – навстречу тому идеальному образу, который формируется в голове каждого специалиста, задумывающегося о будущем библиотеки. В связи с этим в повседневную деятельность публичных библиотек активно привносится маркетинговая составляющая – библиотека и ее возможности позиционируются как средство/место концентрации знания и его получения в разных форматах и как в широком смысле социально актуальное место. Одно из базовых направлений маркетинга – управление продвижением. Сегодня для продвижения продукта, услуги используются технологии из нескольких смежных отраслей: пиара, рекламы, digital-маркетинга и т.д. Форматов и инструментов продвижения множество, они постоянно меняются, появляются новые, и часто всё зависит от креативности сотрудников, их умения схватывать и эффективно использовать тренды и новые технологии. При этом всегда нужно чётко представлять, на какую аудиторию рассчитана кампания по продвижению, – каждая группа требует своего индивидуального подхода. Главная цель общей маркетинговой политики библиотеки – согласование мероприятий по продвижению ресурсов и услуг, функционированию реального и виртуального пространств библиотеки, принципов ее работы для создания цельного образа библиотеки в глазах пользователя. В Приложении 2 представлена примерная последовательность шагов по организации кампании в продвижении библиотечного продукта.

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящее Положение определяет цели, задачи, порядок и условия подготовки, организации, проведения и подведения итогов Муниципального профессионального конкурса по продвижению библиотечных продуктов и услуг «Наша марка» (далее – Конкурс), направленного на выявление и популяризацию лучших библиотечных практик по продвижению продуктов и услуг, и действует до завершения конкурсных мероприятий.

1.2 Настоящее Положение публикуется на официальном сайте Муниципального учреждения культуры «Ижморская централизованная библиотечная система (<https://izhm-library.ucoz.ru/>).

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

2.1. Цель Конкурса – выявление и популяризация лучших библиотечных практик по продвижению продуктов и услуг.

2.2. Задачи конкурса:

- ❖ повысить эффективность деятельности библиотек в современном обществе;
- ❖ стимулировать рост профессионального мастерства и творческой активности библиотечных работников;
- ❖ выявить лучшие практики и использовать успешный опыт работы по продвижению продуктов и услуг библиотек.

3. ОРГАНИЗАТОРЫ КОНКУРСА

3.1. Общее руководство организацией, подготовку и непосредственное проведение Конкурса осуществляет Ижморская центральная библиотека имени М.С. Прудникова (далее – Организатор).

3.2 Права Организатора Конкурса:

- отклонить заявки на участие в Конкурсе на основании несоответствия требованиям Положения о Конкурсе;

- Организатор Конкурса вправе изменять и продлевать сроки, установленные для приема и рассмотрения заявок и материалов, процедуру оценки представленных материалов, в случае необходимости вправе осуществлять замену членов Жюри. Соответствующая информация публикуется на сайтах, указанных в пункте 1.2. Положения;
- Организатор вправе вносить изменения в разделы Положения Муниципального профессионального конкурса по продвижению библиотечных продуктов и услуг «Наша марка» (Конкурс), в зависимости от объекта продвижения. Актуальное Положение публикуется на официальном сайте Конкурса, указанном в пункте 1.2 Положения.
- Организатором Конкурса допускается, что отдельные конкурсные работы могут отмечаться Жюри специальными призами;
- Организатор Конкурса оставляет за собой право использовать конкурсные работы в некоммерческих целях в сети Интернет, СМИ с обязательным указанием ФИО авторов.

3.3 Обязанности Организатора Конкурса:

- создавать равные условия для всех участников Конкурса;
- не допускать разглашения сведений о результатах Конкурса ранее оговоренного срока;
- утверждать состав жюри и организовывать его работу;
- размещать информацию о Конкурсе на официальном сайте Муниципального учреждения культуры «Ижморская централизованная библиотечная система», а также госпабликах Учреждения;
- проводить награждение победителей и участников Конкурса.

4. НОМИНАЦИИ

4.1 Конкурс проводится в следующих номинациях:

- «Военно-патриотическая литература для чтения»;
- «Классическая литература»;
- «Списки рекомендованной литературы для 1-11 классов» (в рамках школьной программы).

5. УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ

5.1 В Конкурсе могут принять участие специалисты библиотек различных организационно-правовых форм и форм собственности (далее – Участник).

5.2 Заявка на участие в Конкурсе (далее – Заявка) подается до 31.01.2025г. путем заполнения формы (Приложение 1). Ответственность за достоверность сведений, указанных в Заявке, несет Участник, подавший Заявку.

5.3 На Конкурс необходимо представить библиографические списки подобранных и систематизированных произведений, рекомендуемых пользователям для летнего чтения в рамках Конкурса, количество произведений в конкурсном информационном материале – не менее 20.

6. ЭТАПЫ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ КОНКУРСА

6.1 Конкурс проводится в несколько этапов:

- ❖ **1 этап:** разработать дизайн библиографических информационных материалов. Презентовать библиотечный продукт (услугу), представить план и способы по его продвижению.
- ❖ **2 этап:** организовать в библиотеках публичную демонстрацию подобранных и систематизированных произведений, рекомендуемых пользователям в рамках Конкурса (выставка). Организовать и провести мероприятие по Пушкинской карте, используя в качестве основы выставку рекомендуемой для летнего чтения литературы.

- ❖ **3 этап:** Организовать работу с пользователями в соц.сетях: публиковать отзывы своих читателей о прочитанных книгах из конкурсных библиографических списков с хештегом #Наша марка *пробел* #Автор_Название книги.

6.2 Сроки проведения конкурса:

- ❖ 1 этап – 1.02.2025 – 15.03.2025.
- ❖ 2 этап – 15.03.2025 – 31.06.2025.
- ❖ 3 этап – 01.06.2025 – 31.08.2025.

7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ РАБОТ

7.1 Порядок и критерии оценки работ утверждаются Положением о Конкурсе и являются основой для принятия решений при определении лучших работ.

7.2 Критерии оценки работ:

- ❖ **1 этап:**

- ***Соответствие представленных работ заявленным номинациям.***
Креативная составляющая материалов: оформление, дизайн, творческая подача предложения, которая делает его уникальным и выделяет среди информационного шума (0-20);
- ***Качество плана продвижения продукта:*** формулировка целей и задач, уникальность предлагаемого продукта, выбор каналов продвижения продукта (0-20);
- ***Соответствие оформления библиографического описания рекомендательного списка литературы согласно требованиям ГОСТ Р 7.0.100-2018 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления» (0-20).***

❖ **2 этап:**

- **Оформление выставки:** продуманность оформления, дизайн, оригинальность (0-30);
- **Качество проведения мероприятия по Пушкинской карте:** сценарий, оригинальная подача материала, раскрытие экспонируемого материала (0-35);
- **Количественная оценка мероприятия, проведенного по Пушкинской карте:** количество проданных билетов.

❖ **3 этап – Оценка продвижения продукта в соц.сетях:**

- **количество отзывов в соц.сетях о прочитанных книгах:** количество книг не учитывается, учитываются только отзывы с хештегом, указанным в пункте 6.1 Положения;
- **количество комментируемой литературы;**
- **дополнительный бонус за самый интересный отзыв о прочитанной книге, по мнению Жюри.**

Система оценки: максимальное количество - 10 баллов, минимальное – 1 балл. Максимальная оценка – 30 баллов.

8. НАГРАЖДЕНИЕ

8.1 Подведение итогов Конкурса состоится в сентябре 2025 года, в установленные Организатором сроки. Место проведения также определяется Организатором Конкурса.

8.2 Участники Конкурса, занявшие призовые места, будут награждены Дипломами 1, 2 и 3 степени. Участники, не ставшие призерами Конкурса, будут награждены Благодарственными письмами. Победители дополнительных номинаций Конкурса, согласно пункта 3.2 Положения, будут награждены специальными дипломами.

8.3. Итоги Конкурса будут опубликованы на официальном сайте и на страницах социальных сетей Ижморской центральной библиотеки имени М.С.Прудникова.

Приложение 1

ЗАЯВКА

(присылается в электронном виде)

Организатору Муниципального профессионального конкурса
по продвижению библиотечных продуктов и услуг
«Наша марка»

Сведения об участнике конкурса:

1. ФИО Участника, должность, место работы
2. Номинация Конкурса
2. Контактные данные (электронный адреса, раб. телефон, сот. телефон)

Согласен на хранение и использование персональных данных для формирования списка участников Конкурса, а также на публикацию итогов Конкурса на сайте Ижморской центральной библиотеки имени М.С. Прудникова в рамках проведения Конкурса.

Дата

Подпись

Последовательность шагов по организации кампании в продвижении библиотечного продукта

<p>1. Информирование об объекте продвижения</p>	<p>1.1 Описание объекта продвижения:</p> <p>На первом этапе важно собрать информацию об объекте и подготовить текст. Хороший вариант — придумать интересную, увлекательную историю, использовать цитаты, но при этом не забывать о конкретных фактах (что, где, когда, сколько, как, почему). Также, если есть такая возможность, стоит сразу сделать красивые фотографии. Эти заготовки потом будут использоваться везде в разных вариациях: в пресс-релизе, пост-релизе, на сайтах, в социальных сетях, в различных комментариях и интервью, и т.д.</p>
	<p>1.2 Разработка оригинального стиля для продвижения объекта:</p> <p>Для лучшего результата у кампании по продвижению должен быть свой узнаваемый, выразительный стиль. И этот стиль должен использоваться везде, где будет информация об объекте. Тогда объект станет узнаваем аудиторией.</p>
	<p>1.3 Создание полиграфической продукции:</p> <p>Это могут быть афиши, флаеры, стикеры, открытки, закладки и т.д. Для каждого формата необходимо подобрать свой вариант текста и везде использовать разработанный стиль.</p>
	<p>1.5 SMM — работа с социальными сетями:</p> <p>Желательно не только выложить информацию в своих</p>

	<p>социальных сетях, но и придумать несколько постов разных форматов. Выкладывать их стоит с определённой периодичностью, постепенно подогревая интерес аудитории и не давая ей забыть об объекте. Найдите группы с близкой тематикой, на которые может быть подписана ваша целевая аудитория, и договоритесь разместить информацию там (бесплатно, платно или по бартеру). Обязательно обратите внимание на то, сколько у группы подписчиков и насколько она живая. Размещать информацию в группе, на которую подписаны 10 человек и где последний пост был полгода назад, смысла нет.</p>
	<p>1.6 Работа с лидерами общественного мнения и блогерами:</p> <p>К кампании по продвижению привлекайте лидеров общественного мнения (тех, к кому прислушивается ваша целевая аудитория). Они важны в качестве участников кампании и «мультипликаторов», рассказывающих об объекте на своих страницах в социальных сетях, блогах, да и просто в любых сообществах, и тем самым увеличивающих спрос на него.</p>
	<p>1.7 Распространение информации в СМИ и на партнёрских площадках:</p> <p>Для этого необходимо написать понятный, интересный пресс-релиз и отправить его в СМИ и на ресурсы партнёров вместе с красочными фотографиями. Лучше заранее иметь базу контактов и делать точечную рассылку. Вряд ли будет большой эффект, если вы разошлёте информацию на адреса типа info@...ru, скорее всего, она затеряется в потоке.</p>
	<p>1.8 Использование мультимедийных технологий:</p> <p>Хорошо, если в рамках продвижения используются разные форматы: текст, видео, аудио, фотография, анимация, инфографика. Качественно сделанная информация</p>

	<p>привлекает внимание, лучше запоминается, и у неё есть больше шансов стать «вирусной» (то есть распространяться методом «сарафанного радио»).</p>
<p>2. Проведение мероприятий в рамках кампании</p>	<p>2.1 Речь идёт об акциях, мастер-классах, лекциях, дискуссиях и других активностях, где можно дополнительно рассказать об объекте, куда стоит пригласить представителей СМИ.</p> <p>2.2 Библиотечно-информационное обслуживание и проведение культурно-просветительских мероприятий.</p>

Оценочные листы этапов Конкурса:

1 этап, максимальное количество баллов – 60.

УЧАСТНИК И	Креативная составляющая материалов, макс. количество баллов 20.			Качество плана продвижения продукта, макс. количество баллов 20.			Соответствие оформления библиографическог о описания рекомендательного списка литературы согласно требованиям ГОСТ Р 7.0.100-2018 (0-20)
	оформлени е, дизайн (0-5)	Соответствие представленны х работ заявленным номинациям (0-5)	творческая подача предложения, которая делает его уникальным и выделяет среди информационног о шума (0-10)	формулировк а целей и задач (0-5)	уникальность предлагаемого продукта (0-5)	выбор каналов продвижени я продукта (0-10)	

2 этап, максимальное количество баллов – 65 +

УЧАСТНИКИ	Оформление выставки, макс. количество баллов 30.			Качество проведения мероприятия по Пушкинской карте, макс. количество баллов 35.			Количественная оценка мероприятия, проведенного по Пушкинской карте (по количеству проданных билетов)
	продуманность оформления (0-10)	дизайн оформления (0-10)	оригинальность (0-10)	Оценка сценария (0-15)	Оригинальная подача материал (0- 10)	Раскрытие экспонируемого материала (0- 10)	

3 этап, максимальное количество баллов – 30.

	Оценка продвижения продукта в соц.сетях, макс. количество баллов 30.			ВСЕГО БАЛЛОВ			ИТОГОВЫЙ БАЛЛ КОНКУРСА
	количество отзывов в соц.сетях о прочитанных книгах: количество книг не учитывается (кол-во/балл), (0-10).	количество комментируемой литературы, (кол-во/балл), (0-10).	Оригинальность, самый интересный отзыв о прочитанной книге (0-10)	1 ЭТАП	2 ЭТАП	3 ЭТАП	
УЧАСТНИКИ							