

УТВЕРЖДАЮ:
Директор ГБУК РХ «Хакасская
РДБ»
_____ А.И. Журба
«___» _____ 20__ г.

ПОЛОЖЕНИЕ
о проведении Республиканского конкурса профессионального мастерства
«Библиотечная НИКА»
(наглядно, информационно, креативно, актуально)
на лучшую рекламную выставку

1. Общие положения

1.1. Настоящее положение (далее – Положение) определяет порядок и условия проведения Республиканского конкурса профессионального мастерства «Библиотечная НИКА» (наглядно, информационно, креативно, актуально) (далее – Конкурс).

1.2. Конкурс организован Государственным бюджетным учреждением культуры Республики Хакасия «Хакасская республиканская детская библиотека» (далее – ГБУК РХ «Хакасская РДБ»).

1.3. Организатор Конкурса вправе привлекать спонсоров (партнёров), оказывающих содействие в проведении Конкурса.

1.4. Настоящее Положение публикуется на официальном сайте ГБУК РХ «Хакасская РДБ», информация о Конкурсе – на официальном сайте Министерства культуры РХ, официальном сайте ГБУК РХ «Хакасская РДБ», социальных сетях и средствах массовой информации.

2. Цель и задачи Конкурса

2.1. Цель Конкурса – повышение профессионального мастерства и творческого потенциала библиотекарей Республики Хакасия в целях улучшения библиотечного обслуживания детей и подростков.

2.2. Задачи:

- Популяризация библиотечных услуг и ресурсов, повышение эффективности и качества библиотечно-информационного обслуживания;
- совершенствование навыков и способностей библиотекарей в рекламной деятельности для привлечения пользователей в библиотеку;
- поддержка и стимулирование инновационной деятельности библиотек.

3. Участники Конкурса

3.1. В Конкурсе принимают участие библиотечные специалисты муниципальных специализированных детских и общедоступных городских и сельских библиотек Республики Хакасия, обслуживающих детей.

4. Организация Конкурса

4.1. Для организации и проведения Конкурса создаётся республиканский оргкомитет (далее – Оргкомитет) (Приложение 1).

4.2. Оргкомитет Конкурса формирует жюри.

4.3. В состав жюри входят представители Министерства культуры Республики Хакасия, руководство и сотрудники ГБУК РХ «Хакасская РДБ».

4.4. Жюри Конкурса изучает и оценивает представленные в ГБУК РХ «Хакасская РДБ» конкурсные работы участников, подводит итоги, определяет и награждает победителя и призёров.

4.5. Оргкомитет оставляет за собой право без уведомления участника Конкурса не принимать к участию конкурсные работы, содержание которых не соответствует настоящему Положению.

4.6. Предоставление работ в Оргкомитет рассматривается как согласие на их общественное использование в некоммерческих целях (размещение в СМИ, в т.ч. сети Интернет, использование на выставочных стендах, при обобщении опыта и т.д.) и обработку персональных данных.

4.7. Конкурсные работы не рецензируются и не возвращаются.

5. Сроки проведения Конкурса

5.1. Конкурс проводится с **18 марта по 29 ноября 2019 года** в три этапа:

I этап – участники Конкурса подают заявки в Оргкомитет с 18 марта по 31 мая 2019 года.

II этап – приём конкурсных работ Оргкомитетом с 02 сентября по 31 октября 2019 года.

III этап – оценка конкурсных работ, определение победителей и призёров Конкурса до 29 ноября 2019 года. Объявление результатов Конкурса, награждение победителей и призёров состоится на республиканском семинаре по итогам 2019 года.

6. Условия и порядок проведения Конкурса

6.1. Заявка (Приложение 2) и конкурсная работа направляются в методико-библиографический отдел ГБУК РХ «Хакасская РДБ»: 665017, г. Абакан, ул. Пушкина, 96, а/я 52; электронная почта ahrdbmetod@mail.ru с пометкой «Библиотечная НИКА». Телефон для справок: 8 (3902) 22-14-61, Куюкова Наталья Ивановна, заведующая методико-библиографическим отделом.

6.2. На конкурс принимаются только индивидуальные работы, не более одной конкурсной работы от одного участника.

6.3. Конкурсные работы не рецензируются и не возвращаются.

6.4. Требования к конкурсным работам:

- Участник Конкурса разрабатывает и оформляет выставку (любым способом, исключая библиотечный стеллаж), направленную на рекламу своей библиотеки и её библиотечно-библиографических услуг (услуги) среди пользователей, а также проводит экскурсию с обязательным применением данной выставки. Методические рекомендации (Приложение 3) содержат пояснения по организации выставки рекламного характера.
- Выставка должна содержать знак возрастного ограничения в соответствии с Федеральным законом РФ от 29.12.2010 года №436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».
- Конкурсная работа, направленная в Оргкомитет должна включать: цветное изображение рекламной выставки (jpeg, png) формата А4, не более 5 шт.; паспорт выставки (Приложение 4), сценарий экскурсии. Дополнительные материалы: видео, отзывы, информация в СМИ и пр. – факультативно.
- Документы скрепляются в пластиковую папку-скоросшиватель с прозрачной обложкой. Каждый документ вкладывается в отдельный файл. Титульный лист с указанием названия Конкурса, ФИО конкурсанта, полного наименования библиотеки, должности, контактный телефон, электронный адрес. Работа также должна быть продублирована в электронном виде.

6.5. Критерии оценки конкурсной работы:

- соответствие целевому и читательскому назначению;
- концепция выставки;
- аргументированность и глубина раскрытия темы;
- использование различных носителей информации для достижения цели;
- оформительские средства, с помощью которых воплощается общий замысел;
- креативность (новизна идеи, оригинальность, гибкость мышления).

6.6. Победителем Конкурса становится участник, набравший максимальное количество баллов в соответствии с критериями п. 6.5.

7. Подведение итогов и награждение

7.1. По результатам оценки конкурсных работ будет объявлен победитель Конкурса – I место, а также призёры – II и III места.

7.2. Победитель Конкурса награждается дипломом и подарком, призёры – благодарственными письмами и поощрительными призами.

7.3. По решению жюри могут быть утверждены специальные призы и/или методы поощрения.

СОСТАВ ОРГКОМИТЕТА
по проведении республиканского конкурса профессионального мастерства
«Библиотечная НИКА»
(наглядно, информационно, креативно, актуально)
на лучшую рекламную выставку

Журба
Анна Ивановна — директор ГБУК РХ «Хакасская РДБ»,
председатель Оргкомитета.

Члены Оргкомитета:

Ломова
Ольга Валерьевна — заместитель директора ГБУК РХ
«Хакасская РДБ»;

Куюкова
Наталья Ивановна — заведующая методико-библиографическим
отделом ГБУК РХ «Хакасская РДБ».

Кравцова
Елена Викторовна — ведущий методист методико-
библиографического отдела ГБУК РХ
«Хакасская РДБ»;

Григорьева
Анастасия Владимировна — главный библиотекарь ГБУК РХ
«Хакасская РДБ»

Заявка
на участие в республиканском конкурсе профессионального мастерства
«Библиотечная НИКА»
(наглядно, информационно, креативно, актуально)
на лучшую рекламную выставку

Фамилия Имя Отчество	
Место работы (полное наименование)	
Должность	
Контактный телефон, электронный адрес	

Методические рекомендации

*«Ни одно, даже самое верное дело не двигается без рекламы...
Реклама - это имя вещи...
Реклама должна напоминать бесконечно о каждой, даже чудесной вещи...
Думайте о рекламе!»
В. Маяковский.*

В настоящее время создание позитивного имиджа, формирование надёжной репутации становится основой современного библиотечного учреждения и его приоритетным направлением. В стремлении идти в ногу со временем, библиотеки, по возможности, оснащаются современной техникой, мебелью, оборудованием. Всё это, конечно, имеет большое значение для привлечения новых пользователей, но не играет решающей роли. Библиотека не только пассивно ждёт своих читателей, но и самостоятельно занимается поиском пользователей. Это и называется рекламной деятельностью библиотеки.

Что относится к библиотечным услугам?

- предоставление информации о наличии в фондах конкретных документов;
- предоставление информации о составе фондов через систему каталогов и другие формы библиотечной информации: организация книжных выставок, составление библиографических списков и пр.;
- предоставление справочной и консультационной помощи в поиске и выборе источников информации, включая Интернет;
- формирование тематических подборок материалов по запросам пользователей;
- предоставление во временное пользование документов из фонда, как на дом, так и в библиотеке;
- удовлетворение запросов с помощью других библиотек по имеющимся каналам межбиблиотечного взаимодействия: МБА, электронная доставка документов;
- организация и проведение культурно-просветительской и информационной деятельности, а также другие услуги.

К сожалению, выставки, рекламирующие библиотечные услуги не получили широко распространения в библиотеках, особенно, детских.

Выставки – это комплексная форма привлечения внимания потенциальных пользователей библиотеки, при оформлении которой могут быть использованы все рекламные средства. Выставки – самая эффективная реклама, зачастую не требующая дополнительных денежных вложений.

Библиотечная выставка является не только средством скрытого управления чтением, но и способом рекламы, создания привлекательного имиджа, а также рекламы определённой части информационных ресурсов и услуг библиотеки.

ВАЖНО! Рекламная выставка должна раскрывать конкретные характеристики рекламируемого объекта (услуги) и убеждать в его (её) полезности для пользователя.

В зависимости от цели, рекламная выставка может быть внутренней и внешней.

Внутренняя реклама организуется для пользователей библиотеки непосредственно внутри помещения библиотеки: в тамбуре, вестибюле, холле, отделе обслуживания. Задействованы при этом могут быть и стены, и потолок, и внутренняя

часть окон, подоконники – всё, на что может обратить внимание читатель. Здесь применяются: стенды, ригели, столы, тумбы, коробки и пр.

На потенциальных пользователей ориентирована внешняя реклама – то, что может увидеть человек, проходящий мимо библиотеки (окно, витрина, дверь, крыльцо, библиотечный дворик и т.д.) выставка может иметь вид инсталляции, баннера, постера, плаката и т.д.

Таким образом, при организации рекламной выставки библиотечному специалисту предстоит проявить знания и умения в области некоммерческого маркетинга, знание современных форм и методов организации библиотечных выставок, компьютерных технологий, психолого-педагогические умения, навыки проектирования и моделирования.

Пример паспорта книжной выставки

Название выставки	«Ты называешь себя свободным»
Целевое назначение	Заострить внимание подростков на проблеме разрушения личности под влиянием наркотиков
Читательское назначение	Старший школьный возраст
Концепция (основная идея) выставки	Подросток чаще всего начинает употреблять наркотики, стараясь доказать окружающим, что он самостоятельная личность. Литература, экспонируемая на выставке, должна представлять весь спектр проблем, связанных с наркозависимостью, вплоть до разрушения личности
Месторасположение выставки	Открытый просмотр литературы на абонементе с возможностью посидеть, посмотреть, подумать
Необходимые оформительские средства и приёмы	Компьютерная графика в оформлении разделов и подзаголовков. Иллюстративный материал. Дополнительная информация: телефон доверия для подростков, адреса и телефоны реабилитационных центров, подростковых клубов, информация о кружках и секциях
Средства рекламы выставки (СМИ, в том числе, в Интернет)	Уведомления школ об организации выставки, объявление в местной прессе, приглашения в подростковых клубах, школах. Размещение информации на странице/группе в «ВКонтакте» (указать ссылку)
Сопутствующие мероприятия	Встречи с врачами, дискуссия с подростками, конкурс творческих работ, библиографический обзор
Эффективность выставки	Книговыдача с выставки составила 15 экз., в библиотеку записалось 5 человек и пр.

Список литературы
с рекомендациями по разработке рекламных выставок и их оформлению

- 1) **Борисова, О.О. Реклама в библиотеке: учебно-практическое пособие** / О.О. Борисова. – М.: Либерея-Бибинформ, 2005. – 214 с. – (Библиотекарь и время. XXI век).
- 2) **Борисова, О.О. Рекламно-информационные технологии библиотечной деятельности: [учебно-практическое пособие]** / О.О. Борисова ; Орловский гос. ин-т искусств и культуры. – СПб.: Профессия, 2006. – 319 с.: ил. – (Библиотека).
- 3) **Збаровская, Н.В. Выставочная деятельность публичных библиотек** / Н.В. Збаровская. – СПб.: Профессия, 2004. – 224 с. – (Библиотека).
- 4) **Матлина, С.Г. Привлекательная библиотека, или Что может реклама: практическое пособие** / С.Г. Матлина. – изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: Либерея, 2000. – 128 с.

- 5) **Лоневская, Л. Интересные формы библиотечной деятельности** [Электронный ресурс]: [консультация] / Л. Лоневская // Просто библиоблог. Блог для библиотекарей, любящих свою профессию. – Режим доступа: https://novichokprosto-biblioblog.blogspot.com/2012/07/blog-post_07.html. – Дата обращения: 18.02.2019.
- 6) **Новые тенденции в выставочной деятельности библиотек: консультация с использованием презентации «Выставочная деятельность»** [Электронный ресурс] // Библиотека Комсомольска [сайт]. – Режим доступа: <https://www.kmslib.ru/kollegam/vystavochnaya-deyatelnost-bibliotek>. – Дата обращения: 18.02.2019.

Паспорт выставки

Название выставки	
Целевое назначение	
Читательское назначение	
Концепция (основная идея) выставки	
Месторасположение выставки	
Необходимые оформительские средства и приёмы	
Средства рекламы выставки (СМИ, в том числе, в Интернет)	
Сопутствующие мероприятия	
Эффективность выставки	
Примечания	