

Утверждаю

Директор МБУК «ЦГБ»



С.Е. Исаева

Муниципальное бюджетное учреждение культуры
«Центральная городская библиотека г. Мурманска»

«#ЧитайМурманск»

Проект координационной группы по работе с молодежью

183014, г. Мурманск, пр. Кольский, д. 93

8(8152)53-87-67, 53-86-02

cgb_murm@mail.ru

Полное название библиотеки: муниципальное бюджетное учреждение культуры «Центральная городская библиотека г. Мурманска» (далее МБУК «ЦГБ»)

Название проекта: «#ЧитайМурманск»

Автор проекта: Мельник К.С.

Руководитель проекта: Мельник К.С.

Участники проекта: Координационная группа по работе с молодежью (далее - КГ).

Срок реализации: ноябрь 2019 – сентябрь 2020

Целевая аудитория: молодежь 14+

Решаемая проблема

В настоящее время существует тенденция развития и популяризации городских культурно-массовых мероприятий различной значимости и содержания.

Городское культурно-массовое мероприятие - это заранее спланированное и определенное по месту, времени, количеству участников и причинам собрание людей, носящее характер праздника. Несомненным плюсом данного вида мероприятий является наличие благоприятных условий (присутствие потенциальных партнеров, пользователей, а также представителей СМИ) для проведения рекламных акций различных организаций.

Одним из направлений работы МБУК «ЦГБ» является реклама ресурсов и работа по привлечению новых пользователей, что непосредственно связано с организацией выходов на городские мероприятия.

В 2018 и 2019 г. сотрудники МБУК «ЦГБ» осуществили рекламные выходы на такие мероприятия как «ПОЛАРКОН», «Ночь в музее», «Книжный салон», «Мурманская осень» и другие.

Как правило, представителями МБУК «ЦГБ» на сторонних мероприятиях выступают одни и те же информационные интеллект-центры (далее - ИИЦ) и сотрудники. К тому же, чаще всего, эти сотрудники являются участниками КГ. Поэтому было внесено предложение о разработке и осуществлении плана рекламных выходов на городские культурно-массовые мероприятия от МБУК «ЦГБ» на 2020 рабочий год для КГ. Таким образом, будет достигнуто единообразие и системность в презентации МБУК «ЦГБ» на городских и областных мероприятиях.

Цели проекта:

- повышение престижа библиотеки среди молодежи;
- повышение узнаваемости бренда МБУК «ЦГБ» среди населения.

Задачи:

- налаживание партнерских отношений с организациями;

- реклама ресурсов МБУК «ЦГБ»;
- повышение уровня профессионализма сотрудников КГ.

Анализ ресурсов и рисков

Для успешной реализации проекта «#ЧитайМурманск» МБУК «ЦГБ» обладает всеми необходимыми ресурсами: обширным фондом ресурсов различной тематики и форм, опытными наработками, инициативными и креативными сотрудниками.

Возможные риски при реализации проекта:

1. Стереотипное восприятие библиотеки.
2. Низкий уровень информированности потенциальной аудитории о мероприятиях.
3. Погодные или другие условия, мешающие привлечению пользователей к рекламному стенду.
4. Сменный график работы участников КГ.

Возможности минимизации рисков:

1. Для снижения риска стереотипного восприятия библиотеки следует обеспечить высокий уровень организации и творческий подход в разработке интерактивной составляющей стенда. Необходима заинтересованность и вклад каждого участника проекта, а также разделение обязанностей (Приложение 2).
2. Привлечение аудитории обеспечат следующие способы информирования: публикация постов в социальных сетях, взаимодействие со СМИ, получение POSM-продукции от партнеров и распространение в информационных интеллектуальных центрах МБУК «ЦГБ».
3. Разработка интерактивных площадок и заданий с учетом специфики погодных условий Крайнего Севера (оптимальное время выполнения, низкий и средний уровень сложности, прочные и непромокаемые материалы).
4. Нивелирование кадровых проблем обеспечивается взаимозаменяемостью членов КГ, а также разными графиками сменности.

Краткое описание проекта

Городские культурно-массовые мероприятия это наиболее подходящее место для привлечения новых пользователей, так как присутствующая аудитория настроена на развлечение и получение новых впечатлений, а также обладает свободным временем. Следовательно, рекламная деятельность будет особенно эффективна при условии качественной подготовки и заинтересованности сотрудников в результате.

Для достижения положительных результатов по узнаваемости бренда требуется разработка стратегии и системность ее использования. Стратегия должна содержать план рекламных мероприятий (Приложение 1), интерактивную и информационную составляющую, что поможет не только привлечь аудиторию, но и донести необходимую информацию до потенциального пользователя.

Таким образом, в рамках реализации проекта предполагается разработка программы выходов, интерактивной составляющей вариативного характера и рекламной составляющей. Важно отметить, что для обеспечения качественной рекламной деятельности одним из этапов станет взаимодействие с заведующими филиалов. По итогу будет составлен перечень ресурсов и мероприятий ИИЦ МБУК «ЦГБ», реклама которых позволит не только привлечь новых пользователей, но и создать позитивный образ бренда МБУК «ЦГБ».

Перспективы развития проекта

При успешной реализации проекта, его наработки могут быть многократно использованы в дальнейшем. ИИЦ могут перенять опыт работы с рекламными выходами, а также получают возможность использовать уже готовый концепт для рекламной деятельности на городских площадках.

Фотографии и видео, сделанные в процессе реализации проекта станут хорошим источником контента для наполнения социальных сетей и сайта МБУК «ЦГБ».

**План-график рекламных выходов на культурно-массовые мероприятия на 2019 -
2020 год**

<i>Квартал</i>	<i>Мероприятия</i>
IV квартал 2019 года (октябрь – декабрь)	1. Фестиваль «Polarcon» (30.11-1.12)
I квартал (январь – март)	1. Народные гулянья «Широкая Масленица» (февраль 2020 г.) 2. Выставка – ярмарка «Мурманский книжный салон» (март 2020 г.)
II квартал (апрель – июнь)	1. Библионочь (апрель 2020 г.) 2. Праздник ко Дню Победы (шествие к памятнику Защитников Заполярья, 09.05.20)
III квартал (июль сентябрь)	1. Арктический фестиваль «Териберка. Новая жизнь» (июль 2020 г.) 2. Фестиваль «Викинг фест» (август 2020 г.)

Распределение обязанностей членов координационной группы на 2020 год

№ п/п	Содержание работы	Исполнители, ответственные
1.	Координирование работы группы (постановка сроков и задач, сбор результатов, организация выходов)	Мельник К.
2.	Оформительская работа (разработка фотозоны, оформление стендов)	Кутузова А.
3.	Разработка интерактивных площадок (игры, викторины, квесты и т.д.)	Скрынник О., Белая А.
4.	Связь со СМИ, написание текстов (информационная поддержка мероприятий)	Кулагина К.
5.	Фото и видеосъемка мероприятий	Скрынник О., Белая А.
6.	Видеомонтаж, работа с фоторедакторами (обработка, фото и видео материала, звуковое сопровождение (поиск, создание, использование)	Чернецкий А.
7.	Привлечение и взаимодействие с партнерами (поиск, поддержка связи и взаимодействие с привлеченными специалистами, организациями)	Лукина А.
8.	Работа с литературными источниками (поиск, систематизация, анализ фондов ИИЦ, работа с АБИС «Ирбис»)	Леу М.