

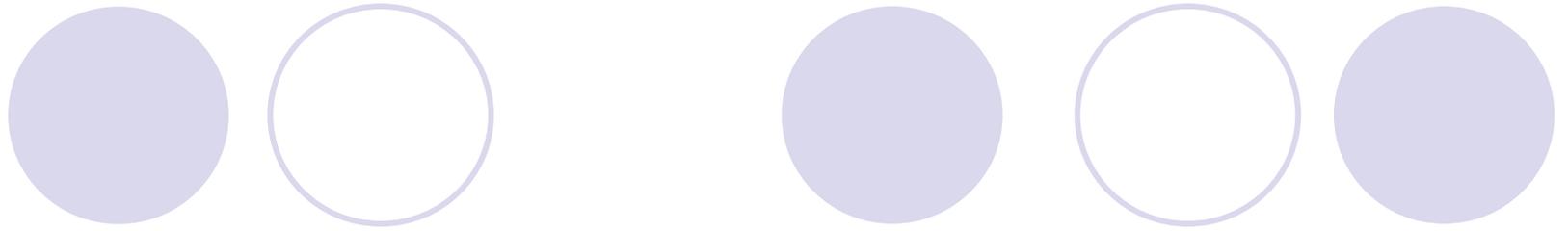
Документирование инноваций

- Стратегический план
- Программы
- Проекты
- Положения, приказы и пр.
- Отчеты о проведении исследований
- Методические рекомендации, сценарии, разработки, информационная и издательская продукция УК и пр.
- Статьи в местную печать
- Статьи в профессиональную печать

Структура публикации в профессиональную печать



- Заголовок – слоган (емкий девиз – суть инновационного предложения)
- Подзаголовок – зачин (разъяснение заголовка)
- Текст – 1) постановка проблемы (решению какой социальной проблемы посвящено инновационное предложение, насколько она типична, ее масштабы для региона и острота постановки в настоящий момент); 2) оценка известных способов решения проблемы – кем и как она решалась; 3) Ваш способ решения проблемы – что предлагает Ваше УК для ее разрешения; 4) Особенности предлагаемого варианта решения проблемы; 5) Достигнутые и ожидаемые социальные результаты инновационного предложения
- Иллюстрации



ПРОДУКТНЫЕ ИННОВАЦИИ

семинар-тренинг

Качанова Е.Ю. – д.п.н., профессор

Объекты и разновидности инноваций

ОБЪЕКТЫ ИЗМЕНЕНИЙ

**УСЛУГИ,
ПРОДУКЦИЯ**

**ТЕХНОЛОГИЯ
ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ
ПРОЦЕССОВ**

**ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ И
СОЦИАЛЬНЫЕ процессы**

Разновидности инноваций

ПРОДУКТНЫЕ

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ

УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ

БАЗИСНЫЕ

УЛУЧШАЮЩИЕ

**ИННОВАЦИОННЫЙ
КЛАСТЕР**



Продуктные инновации

- Новые или модифицированные услуги и продукция учреждения культуры
- Продукция – о вещественные информационные услуги

Требования:

- соответствие миссии организации, четкое целевое и адресное назначение,
- достаточность информации
- воздействие на формирование имиджа УК как социально-значимой организации, (продвижение УК)(контактные данные)
- соблюдение методических требований (высокий профессиональный уровень)
- соблюдение эстетических параметров (оформление, дизайн, иллюстрации)



ПОНЯТИЯ ПРОДУКТНЫХ ИННОВАЦИЙ

Маркетинг услуг

Базовая и сопутствующая потребности

Базовая услуга/продукция

Продуктовая инновация

Продуктовый кластер, кластерная стратегия

Ассортиментные стратегии

Диверсификация

Специализация

Интеграция

Дифференциация

Услуга

Продукция

Номенклатура услуг
продукции

Ассортимент

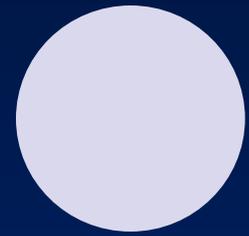
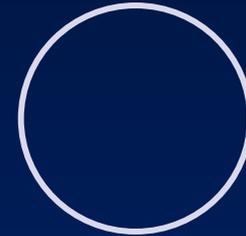
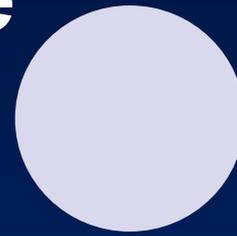
Ассортиментное
моделирование

Ширина, глубина,
насыщенность,
достаточность и
гармоничность
ассортимента

Ассортиментное регулирование

- **Ассортимент** – перечень однородных групп услуг, отражающих рыночные возможности учреждения культуры
- **Ассортиментные группы:**
информационные, досуговые,
консалтинго-образовательные,
издательско-полиграфические,
рекламно-посреднические, сервисные

Ассортиментные группы услуг:



Информационные (библиотечно-
информационные) услуги/продукция

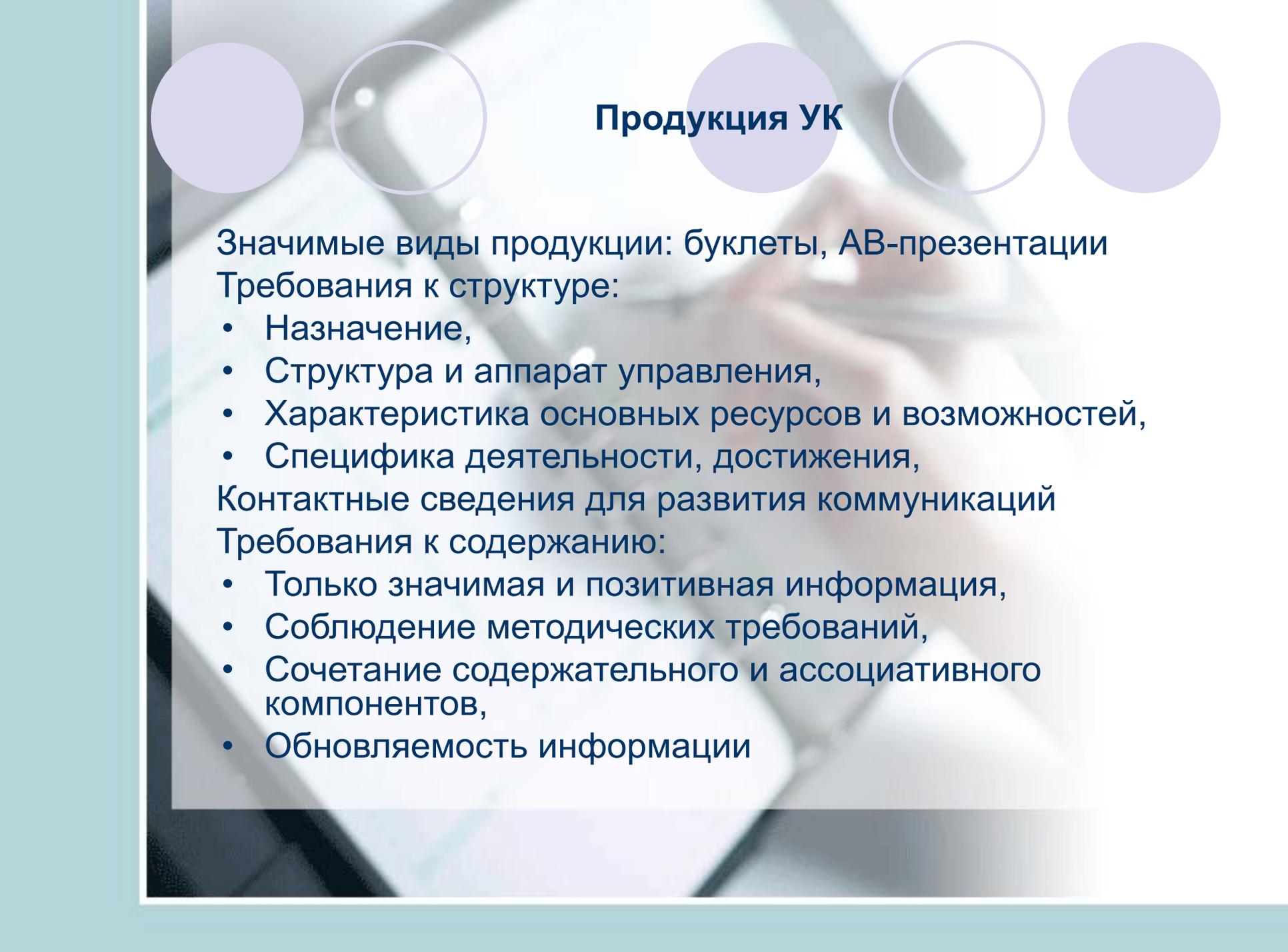
Сервисные услуги/продукция

Досуговые услуги/продукция

Образовательные/консалтинговые
услуги/продукция

Издательские и полиграфические
услуги/продукция

Рекламные и посреднические услуги/продукция



Продукция УК

Значимые виды продукции: буклеты, АВ-презентации

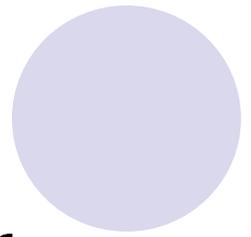
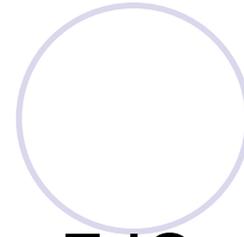
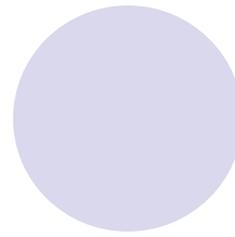
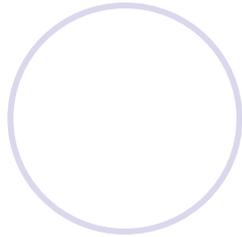
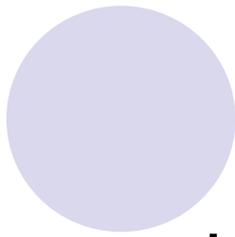
Требования к структуре:

- Назначение,
- Структура и аппарат управления,
- Характеристика основных ресурсов и возможностей,
- Специфика деятельности, достижения,

Контактные сведения для развития коммуникаций

Требования к содержанию:

- Только значимая и позитивная информация,
- Соблюдение методических требований,
- Сочетание содержательного и ассоциативного компонентов,
- Обновляемость информации



Инновации в библиотеках Е.Ю. Качанова;
науч. Ред. В.А. Минкина; СПбГУКИ.- СПб:
Профессия, 2003.- 318 с.-
(Серия « Библиотека»)

Kachanova_elena@mail.ru

Хабаровск – 45, ул. Краснореченская
д.112, кабинет 218 Кафедра
книговедения и библиотечно-
информационной деятельности. Т.
4212 – 36-48-53