


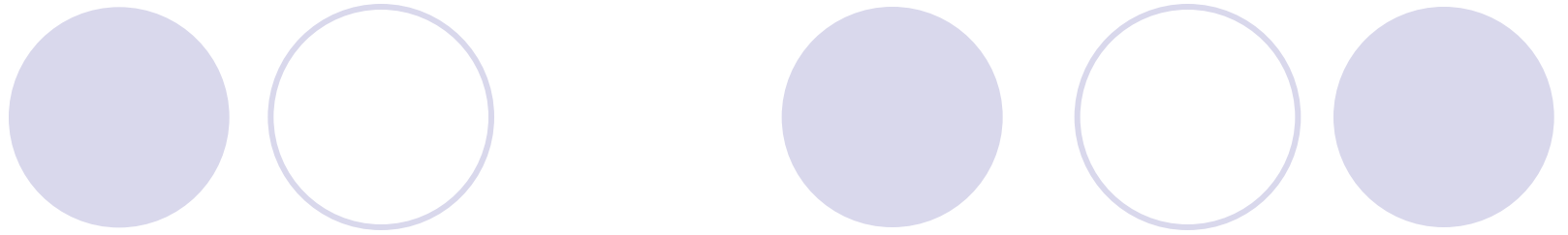
# Документирование инноваций

- 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

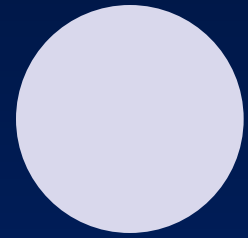
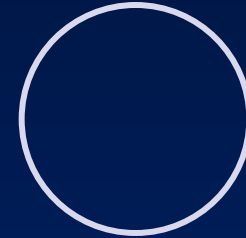
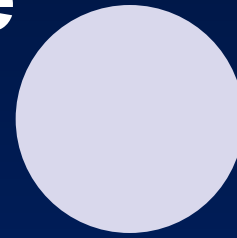
Ассортиментное  
моделирование

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

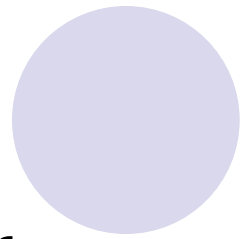
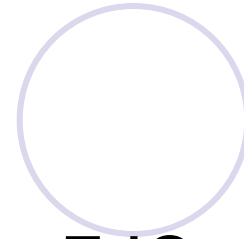
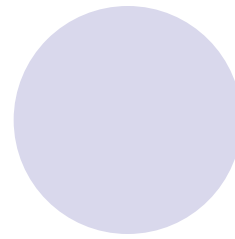
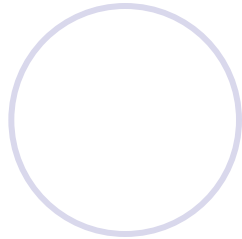
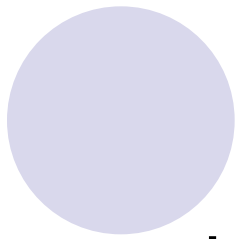
Требования к структуре:

- 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](mailto:Kachanova_elena@mail.ru)

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