****

 **МБУК МЦБС Грачёвского района**

**Центральная районная библиотека**



(В помощь библиотекарю)

Грачевка, 2014

Инновационные формы работы в библиотеках

**КНИЖНЫЙ ФРИМАРКЕТ**- а вы знаете что это такое?

Фримаркет- это обмен книгами, и не только обмен. Можно просто прийти и выбрать себе книги из тех, которые кто-то принес. Фримаркет — бесплатный рынок. Люди приносят разные хорошие и интересные вещи (одежду, книги…), недостойные того, чтобы их выкинули.

**БУКТРЕЙЛЕР** – это небольшой видеоролик, рассказывающий в произвольной художественной форме о какой-то интересной книге. Основная его задача – рассказать о книге, заинтересовать, заинтриговать читателя. При создании буктрейлера используют видео, иллюстрации, фотографии, развороты книг.

Основные этапы работы по созданию буктрейлера:

1. Выбор книги для рекламы. Мотиваций в выборе книг для создания буктрейлера может быть множество. Это реклама новых книг и продвижение книг- юбиляров, создание буктрейлеров, приуроченных к датам и событиям и др.

2. Создание сценария к буктрейлеру (продумать сюжет и написать текст).

3. Подбор материалов для видеоряда. Подобрать картинки, отсканировать иллюстрации книги, снять свое видео или найти видео по тематике в интернете (помним об авторском праве).

4. Записать озвученный текст, если это предусмотрено по сценарию.

5. Выбрать программу для работы с видео. Их представлено множество

а). Windows MovieMaker. Эту программу могут использовать начинающие работать с видео. Она есть на всех ПК, так как входит в пакет Microsoft Windows.

б). Sony VegasPro 11(работать на ПК). SonyVegasPro является более профессиональной программой для видеомонтажа.

6. Выбрать видеосервис. Многие наиболее востребованные операции по работе с фото и видео можно выполнить в онлайновых редакторах.

а). Youtube – видеоредактор очень простой, можно обрезать начало или конец фильма, склеить несколько роликов, добавить звуковую дорожку.

б). Сервис ANIMOTO Данный сервер предназначен в основном для подготовки видео-коллажей из массива фотографий, с наложением звука.

7. Подобрать Gif-анимацию и футажи. Работая над видео роликом можно использовать гиф анимацию и футажи.

8. Заключительный этап видео монтаж (вырезать/склеить несколько фрагментов видео, добавить звуковую дорожку, изменить размер видео, субтитры и пр., наложить эффекты, переходы, разнообразную музыку, “свести” звук) потом записать на жесткий диск ПК.

**Библиотечный квилт** – информационный стенд из отдельных лоскутков. Для того чтобы изготовить квилт, необязательно быть художником, нужно лишь довериться своим чувствам - они помогут создать трогательное полотно.

Для этого можно использовать технику аппликации из ткани или других материалов, которые необходимо пришивать ( или приклеивать) к основному полотну. Можно использовать роспись красками или специальными фломастерами для ткани.

***Комбинированные формы***

 **ВОРКШОП**

За этим термином может скрываться практически любое мероприятие – от корпоративной вечеринки до учебных курсов или маркетинговых презентаций. Воркшоп - это яркое, интересное и непременно поучительное мероприятие, в котором максимально активны все – и организаторы, и аудитория», - считает Александр Ушар, руководитель центра общественных связей Группы «Разгуляй».

«Воркшопы - это некий микс теоретических презентаций, практических занятий и дискуссии по предложенным вопросам.

Воркшоп это:

• Интенсивное учебное мероприятие, на котором участники учатся, прежде всего, благодаря собственной активной работе

• Учебная группа, помогающая всем участникам стать по окончании обучения более компетентными, чем в начале.

• Учебный процесс, в котором каждый принимает активное участие.

• Учебный процесс, во время которого участники много узнают друг от друга.

• Тренинг, результаты которого зависят, прежде всего, от вклада участников и в меньшей степени - от знаний ведущего.

• Учебный процесс, на котором в центре внимания - переживания участников, а не компетентность ведущего.

• Возможность открыть для себя, что знаешь и умеешь больше, чем думал до сих пор, и научиться чему-то от людей, от которых этого не ожидал».

Создается впечатление, что воркшоп – термин, который относится скорее к форме мероприятия, чем к содержанию. Если семинар, лекция, презентация, мастер-класс отвечают на вопрос «что?», то понятие воркшоп скорее отвечает на «как?».

**КОУЧИНГ**

Автор метода: Тимоти Голлвей (США), 1974 г.

Применяется для решения широкого круга задач и проблем в различных областях жизни и деятельности теми, кто уже многого достиг и хочет достичь большего. Коучинг - один из инструментов развития творческого мышления.

Цель метода

Максимальное повышение результативности личности в ее персональной и профессиональной деятельности.

Суть метода

Коучинг (coaching) - это инструмент, предназначенный для раскрытия потенциала человека с целью максимального повышения его эффективности в персональной и профессиональной деятельности.

Коучинг - это набор техник, заимствованных из различных профессий, дополненный целым рядом специфических приемов и направленный на быстрое достижение результата.

План действий

Основная процедура коучинга - диалог, задавание эффективных вопросов и внимательное выслушивание ответов. Во время этого диалога происходит полное раскрытие потенциала клиента, повышается его мотивация и он самостоятельно приходит к важному для себя решению и реализует намеченное.

Коучинг проходит в несколько этапов.

1.Определение целей коучинга. Установление правил взаимодействия между коучем и клиентом.

2.Анализ текущей ситуации.

3.Уточнение целей, постановка задач, определение путей достижения.

4.Составление плана действий.

5.Контроль и поддержка в процессе реализации плана.Особенности метода

В коучинге переплелись вековая мудрость древних и современные бизнес-технологии.

По одной из версий, коучинг зародился в 80-х годах прошлого столетия. Ключевыми фигурами этого процесса стали: Томас Леонард - основатель персонального коучинга, Тимоти Голлвей - идеологический предтеча коучинга и Джон Уитмор - основатель корпоративного бизнес-направления и менеджмента в коучинге.

**КЛИППИНГ**

Клиппинг (пресс-клиппинг, clipping) — ретроспективный мониторинг средств массовой информации, подборка публикаций в средствах массовой информации, осуществляемых по определенномку поводу (теме). Клиппинг происходит от английского clipping — газетная вырезка.

Пресс-клиппинг — мониторинг, свод публикаций в прессе.

Виды клипинга (поводы для клиппинга):

• предметный клиппинг — подборка публикаций, в которых упоминается фирма, товар, бренд, предмет;

• событийный клиппинг — подборка материалов о неком событии, за определенный отрезок времени. Клиппинг проводится только по выходящим на момент события изданиям и дает четкую картину эффективности осуществленных мероприятий;

• персональный клиппинг — подборка публикаций, а также анализ материалов в которых упоминается персона;

• тематический клиппинг — подборка информационных материалов, публикуемых по отпределенной теме;

• отраслевой клиппинг — подборка, новостей, публикаций, информационных материалов о событиях, людях в рамках одной отрасли.

Задача клиппинга. Подборка и анализ материалов позвоялет проанализировать уровень лояльности СМИ, получить представление о том, насколько качественно информирована пресса о предмете клиппинга, насколько эффективны осуществленные маркетинговые мероприятия, позволяет осуществлять мониторинг интереса общественности и прессы к предмету клиппинга.

По результатам клипинга проведится контент-анализ публикаций, корректируется PR-стратегии, рекламно-информационная стратегия компании, бренда.

Клиппинг предполагает, как подборку публикаций, так анализ и сводную статистику по публикациям. В стандартных отчет клипинга включается:

• статистика по количеству упоминаний;

• количество положительных отзывов;

• количество отрицательных отзывов;

• ТОП-10 самых активных информационных каналов (информационных источников);

• ТОП-10 самых активных авторов публикаций;

• региональный рейтинг публикаций;

• тексты самих сообщений (публикиций).

При постоянной и активной PR деятельности, клиппинг подразумевает систематическую работку маркетингового специалиста по отслеживанию публикаций в вредствах массовой информации.

Клиппинг позволяет продолжить рекламно-информационную компанию, за счет использования информационного фона, публикаций в рекламных целях, или в информационных целях, к примеру: при размещении этих упоминаний на корпоративном сайте, в отраслевых блогах и т.п.

**ФЛЭЩ-СЕМИНАР**

Флеш-семинар - форма передачи знаний и умений, в основе которой лежит обсуждение нововведений и обмен опытом. Слушатели Flash-семинара имеют возможность за короткое время познакомиться с методиками авторитетных ведущих-лекторов, а также с наработками коллег по рассматриваемому вопросу.

На Флеш-семинаре в результате коллективного обсуждения вырабатывается общее наиболее эффективное решение поставленной задачи.

Задача Флеш-семинара - сгенерировать как можно больше профессиональных идей и обменяться способами решения сложных вопросов из личной практики.

Флеш-семинары позволяют участникам поделиться со специалистами своими затруднениями и сомнениями, возникающими в текущей работе; использовать уникальные наработки коллег в повседневной деятельности.

**БИБЛИОТЕЧНЫЙ ФРИСТАЙЛ**

Библиотечный фристайл – это демонстрация творческих достижений и выявление передового профессионального опыта по внедрению инновационных форм работы в библиотечную деятельность, а также привлечение внимания общественности к профессиональным успехам специалистов библиотечного дела.

Составитель и компьютерная верстка:

А.В.Нагаева- заведующая методико-библиографическим отделом

 Директор МБУК МЦБС Э.Ю. Литвиненко

Адрес: 461800, Оренбургская обл., Грачёвский район, с.Грачёвка, ул.Советская,14.

Тел.: 83534421168, 83534421593

Эл. Почта: bibli\_grach@live.ru

Сайт: grach-bibl.ucoz.ru