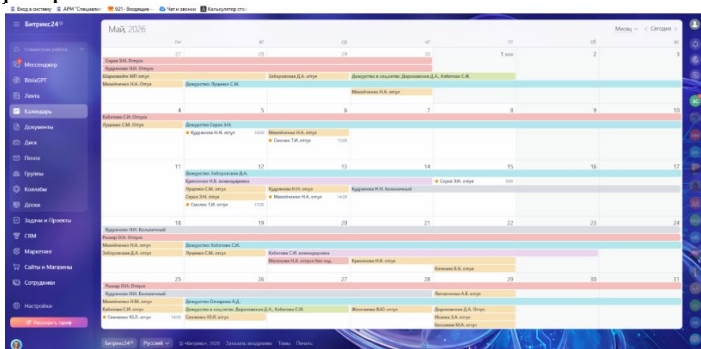


ОТЧЕТ О РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА ПО ТИРАЖИРОВАНИЮ ЛУЧШЕЙ ПРАКТИКИ

Наименование лучшей практики	Повышение информированности потенциальных посетителей культурно-досуговых учреждений о планируемых мероприятиях		
Номер и автор заявки	20329	Кабатова Светлана Игоревна	
Информация об организации			
Основной вид деятельности	Деятельность музеев		
Название организации, ИНН	Государственное бюджетное учреждение культуры «Белгородский государственный литературный музей» (ГБУК «БГЛМ»)		3123309972
Регион	Белгородская область		
Информация о лучшей практике			
Социальная сфера	Культура	Тип учреждения	Музей
Процесс	Информирование посетителей о планируемых мероприятиях		
Показатель НП	Увеличение количества посещений организаций культуры в расчете на одного работника организации, %		
Информация о реализованных мероприятиях			
Поток/процесс	Процесс информирования потенциальных посетителей ГБУК «БГЛМ» о планируемых мероприятиях		
Описание реализованных решений	В рамках реализации лучшей практики в музее разработана и внедрена комплексная система мер, направленная на оптимизацию планирования, согласования и продвижения событийной программы. Система включает: 1. Оптимизацию процесса разработки и утверждения плана мероприятий на предстоящий месяц. Установлены конкретные сроки внесения предложений в месячный план; этап анализа мероприятий, определение формата, целевой аудитории и назначение ответственных за проведение мероприятия интегрирован в стадию планирования; внедрен календарь рабочего времени сотрудников в Битрикс24; организован доступ всех ответственных сотрудников к информации об отпусках, дежурствах, командировках, больничных; в план включена дополнительная информация о мероприятиях; установлен рабочий порядок согласования и утверждения недельного плана мероприятий.  Типология потерь, минимизированных в результате предпринятых мер: минимизированы риски несвоевременной подачи предложений в план мероприятий, сократились потери времени на ожидание и задержки		

передачи данных между отделами; перераспределение и оптимизация между сотрудниками нагрузки по анализу мероприятий, исключила потери времени на последующую доработку плана; сократились временные затраты при назначении ответственных за мероприятия, путем оперативного доступа к информации о рабочем времени сотрудников; повысилось качество и информативность планов мероприятий на месяц и неделю; сократилось время согласования и утверждения.

Утверждаю:
Директор Белгородского
государственного литературного музея
 И.А. Климова
«17» апреля 2026 г.

План работы
Белгородского государственного литературного музея
на май 2026 г.

№ п/п	НАИМЕНОВАНИЕ РАБОТЫ	ОТВЕТСТВЕННЫЙ	Исполнитель	Срок
Научно-фондовая деятельность				
1.	Проведение заседания ЭФЭК: рассмотрение вопроса приема предметов на постоянное хранение и другие текущие вопросы.	Крисанова Н.В.	члены комиссии	19 мая
2.	Принем предметов на постоянное хранение по итогам заседания ЭФЭК в апреле и мае: оформление актов приема предметов на ПХ, регистрация документации в журналах учета, регистрация предметов в книги поступлений основного и научно-исследовательского фонда, статистический учет.	Кабатова С.И.	Кабатова С.И. Заборова Д.А.	В течение месяца
3.	Фотофиксация музейных предметов и регистрация в ИС Музей и Государственный каталог Музейного фонда РФ новых поступлений по итогам заседания ЭФЭК в апреле и мае.	Кабатова С.И.	Кабатова С.И. Заборова Д.А.	В течение месяца
4.	Подготовка актов возврата музейных предметов, выданных для экспонирования в ФГБУК «Государственный музей-заповедник М.А. Шолохова «Генерал Дов» на выставке «Это поле Победы суровой».	Кабатова С.И.	Заборова Д.А.	08 мая
5.	Принем музейных предметов, выданных для экспонирования в ФГБУК «Государственный музей-заповедник М.А. Шолохова «Генерал Дов» на выставке «Это поле Победы суровой», раскладка по местам хранения.	Овчарова А.Д.	Овчарова А.Д.	14 мая
6.	Закрытие сделки в Государственном каталоге музейного фонда РФ на выдачу музейных предметов для экспонирования в ФГБУК «Государственный музей-заповедник М.А. Шолохова «Генерал Дов» на выставке «Это поле Победы суровой».	Кабатова С.И.	Кабатова С.И.	15 мая



УТВЕРЖДАЮ

Директор ГБУК «БГЛМ»



Климова И.А.

Белгородский государственный литературный музей

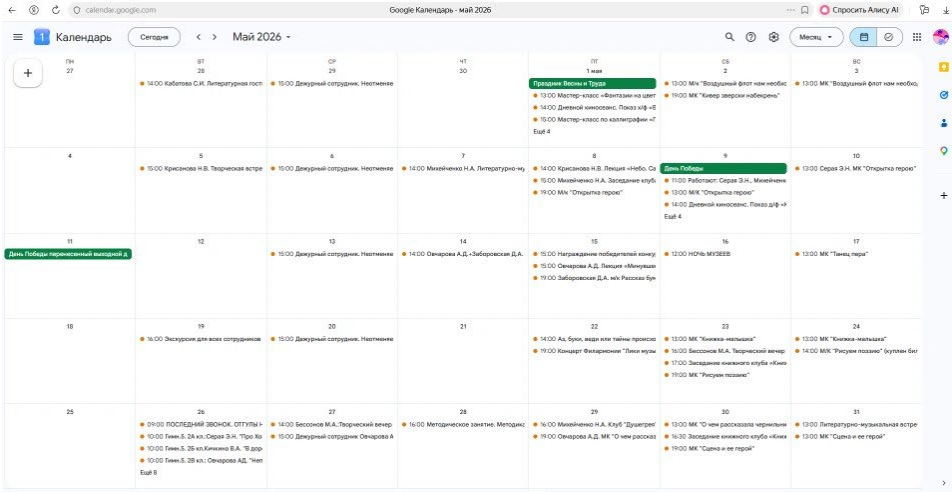
Предложения в план мероприятий,
проводимых на территории Белгородской области
11.05-17.05. 2026 года

№ п/п	Наименование мероприятия	Дата и время проведения	Место проведения	ФИО ответственного лица, должность, контактный телефон	Предполагаемое число участников мероприятия (чел.)	Необходимость информационного освещения в СМИ (да/нет)
1.	Неотменяемая экскурсия по выставке «Миры Андрея Платонова в эскизах Валерия Архипова»	13 мая 15:00 ч.	Белгородский государственный литературный музей, г. Белгород, ул. Преображенская, 38	Климова И.А., директор, 89205678364 Шарковайте М.П. 89524229732	По плану (для индивидуальных посетителей)	нет
2.	Вечер-портрет «А.Н. Круленков. Летописец земли Белгородской», к 75-летию писателя-краеведа, члена Союза писателей России А.Н. Круленкова.	14 мая 14:00 ч.	Белгородский государственный литературный музей, г. Белгород, ул. Преображенская, 38	Климова И.А., директор, 89205678364 Шарковайте М.П. 89524229732	По плану (по приглашению 35 чел.)	нет
3.	Награждение победителей конкурса «Иллюстрируем произведения»	15 мая 15:00 ч.	Белгородский государственный литературный музей, г. Белгород.	Климова И.А., директор, 89205678364 Михайченко Н.А.	По плану (для участников конкурса по приглашению)	нет

Вывод: оптимизация процесса разработки и утверждения плана мероприятий с интеграцией в информационно-цифровые системы позволила упорядочить работу, обеспечила значительное сокращение сроков планирования, согласования, повышение качества и снижение нагрузки на сотрудников.

Итог: устранены основные источники непроизводительных затрат, создана основа и единое информационное поле для дальнейшей оптимизации событийной деятельности музея.

2. Разработку единой формы календаря мероприятий предстоящего месяца (Google календарь мероприятий).



Вывод: внедрение единой формы Календаря мероприятий (на базе Google Форм) позволило стандартизировать процесс сбора, систематизации и визуализации данных о предстоящих событиях, обеспечить полноту и доступность данных о запланированных мероприятиях. Обеспечено равномерное распределение мероприятий по календарю, исключены наложения мероприятий друг на друга и периоды простоя, что позволило прогнозировать нагрузку и ее равномерное распределение между сотрудниками.

Типология потерь, минимизированных в результате предпринятых мер: неравномерность загрузки мероприятиями в отдельные дни приводила к наложению мероприятий друг на друга или простоям, календарь мероприятий позволил контролировать и выравнивать загрузку; ручная обработка данных требовала больших трудозатрат и приводила к неполноте или некорректности данных о запланированных мероприятиях, к потерям времени на устранение неточностей в информации; терялось время на личное ознакомление ответственных сотрудников с планом мероприятий, открытый доступ к информации минимизировал затраты времени на ознакомление и уточнение деталей событий.

Итог: Календарь мероприятий стала инструментом визуализации и анализа загрузки, позволил равномерно распределять нагрузку и планировать событийную деятельность музея с учётом реальных возможностей.

3. Разработку стандарта структуры написания пресс-релиза музейного мероприятия и чек-листа проверки.



УТВЕРЖДАЮ

Директор ГБУК «БЕЛСМ»



Климова Н.А.

СТРУКТУРА ПРЕСС-РЕЛИЗА МУЗЕЙНОГО МЕРОПРИЯТИЯ
(для сотрудников Белорусского государственного литературного музея)

Единый шаблон для подготовки официальных информационных сообщений о мероприятиях музея (для сайта, соцсетей, рассылки, партнёров).

1. ЗАГОЛОВОК: 8-12 слов о том что-где-когда. Не используем восклицательные знаки, кавычки, «двоеточия», «инициалы», «именительный» и т.д.
Пример: «23 мая в Белорусском литературном музее выступит поэт Станислав Минаков».

2. ЛИД (первый абзац): 2-3 предложения - дата, время, место, формат, имя ключевого участника, инфоповод.
«[Дата] в [время] в Белорусском государственном литературном музее состоится [формат] с участием [кто]. [Почему это важно прямо сейчас].
Пример: «23 мая в 16.00 в Белорусском литературном музее состоится творческий вечер поэта Станислава Минакова. Это первое выступление автора в Белорусии за 10 лет».

3. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ (тело): перечень событий: что будет происходить («чтение стихов, авторфлешевы, ответы на вопросы»), список ключевых лиц («поэты из Минска, Кирска, Белгорода»), аудитория мероприятия — для кого («для любителей поэзии, студентов, педагогов»), связь с музеем, значимость («в рамках мероприятий в Год единства народов России»).

В основную часть можно вводить ЦИТАТУ - 1-2 предложения от названного лица, например: «Станислав Минаков — поэт, выступление которого в Белорусии ждали давно», — отметила директор музея. — Мы рады новой встрече».

Если цитаты нет — пункт опускается (не надо выдумывать, лишь бы было).

4. ФАКТИЧЕСКАЯ СПРАВКА (обязательный блок): дата, время начала, место, вход (свободный / по билетам (цена) / по запросу), возрастное ограничение (6+, 12+, 16+, 18+)
Контакт: _____ связи _____
ФИО ответственного, должность, прямой телефон, электронная почта

Вывод: внедрение стандарта структуры написания пресс-релиза

музейного мероприятия и формирование чётких требований позволило структурировать процесс создания и увеличить качество информации о мероприятиях, обеспечило подачу материалов в нужном формате с первого раза, исключило многократные правки и повторные согласования, создало удобство работы с информацией на этапах визуального оформления афиш и контента.

Типология потерь, минимизированных в результате предпринятых мер: отсутствие стандарта подготовки пресс-релиза, усложняло подготовку информации о мероприятиях, требовало внесения дополнительной информации, увеличивало риски возврата пресс-релизов на доработку, увеличивало затраты времени на внесение исправлений, корректировку и проверку, дополнительные согласования, что увеличивало сроки ожидания готового пресс-релиза.

Итог: Стандартизация процесса и внедрение чек-листов проверки повысили качество цифрового контента музея. За счёт устранения потерь на переделки, согласования и исправления удалось ускорить процесс публикации и повысить информационное качество материалов для целевой аудитории.

4. Разработку и внедрение общей афиши мероприятий на неделю и оптимизация афиш отдельных мероприятий.

Белгородский государственный литературный музей

4 - 10
Мая

События недели

Выставки:
- Постоянная экспозиция музея
- «Мир Андрея Платонова в эскизах Валерия Арипова»
- «А мы цвели в жизни и на сцене...»
- «Колдеские слова»

Экскурсии:
- 6 мая в 15:00 экскурсия по выставке «Мир Андрея Платонова в эскизах Валерия Арипова» (стоимость билета 80 р.)

Творческие встречи:
- 5 мая в 15:00 встреча с писателем, протоиереем Николаем Германским (вход свободный)

Мероприятия и концерты:
- 7 мая в 14:00 литературно-музыкальная композиция «И вернулся домой я непременно...», посвященная Дню Победы (вход свободный)
- 9 мая в 18:00 концерт от артистов филармонии «И было небо голубое...», посвященный Дню Победы (билеты на сайте или в кассе филармонии)

Мастер-классы:
- 8 мая в 19:00 семейный мастер-класс «Открытка героя» 6+ (бесплатно)
- 9 мая в 13:00 семейный мастер-класс «Цветы Победы» 6+ (бесплатно)
- 10 мая в 13:00 семейный мастер-класс «Открытка героя» 6+ (бесплатно)

Лекции:
- 8 мая в 15:00 лекция «Небо. Самолёт. Кино: жизнь и деятельность авиатора, кинематографиста, литератора Н.Д. Анощенко (вход свободный)»
- 9 мая в 16:00 лекция «Третий фронт: культура и пропаганда в годы Великой Отечественной войны» (вход свободный)

Выпускной бал в Литературном музее

Лекция «Небо. Самолёт. Кино»
Жизнь и творчество авиатора, литератора, кинематографиста Н.Д. Анощенко
8 Мая
Пятница 15:00
Вход свободный
Телефон для справок: (4722) 27-39-61
Адрес: ул. Преображенская, 38

«Подарок для любимой книги»
Суббота 13:00
Воскресенье 13:00
ул. Преображенская, 38

«Фантазии на цветочные темы»
Суббота 19:00
ул. Преображенская, 38

Вывод: информативность и привлекательность мероприятий музея увеличились, за счет внедрения общей событийной афиши, которая информирует о большем количестве событий и предоставляет свободу выбора для потенциальных посетителей, напрямую влияя на посещаемость

мероприятий.

Типология потерь, минимизированных в результате предпринятых мер: отсутствовал стандарт визуального оформления афиш мероприятий объединенных в общие группы (мастер-классы, выставки, лекции), отсутствовал единый узнаваемый стиль оформления, что требовало больших затрат времени на разработку афиши с «0»; разработанные макеты часто возвращались на доработку и требовали дополнительной коммуникации и согласования, что приводило к избыточному периоду ожидания окончательного документа; афиши отдельных мероприятий не давали посетителю полную информацию о проводимых мероприятиях в музее, что приводило к низкому уровню осведомленности целевой аудитории; разрабатывалось несколько афиш одного мероприятия под конкретные целевые аудитории, что приводило к избыточным трудозатратам и увеличению времени изготовления афиш одного мероприятия, вызывало замешательство посетителей и не находило отклика у аудитории. Внедрение общей афиши мероприятий на неделю, позволило информировать потенциальных посетителей о большем количестве событий, а внедрение визуально обобщающего дизайна афиш отдельных мероприятий, объединенных в группы (мастер-классы, выставки, лекции), сделала афиши музея узнаваемыми, позволила применять визуальные стандарты для создания афиш мероприятий одной группы, что сократило время на производство макетов афиш и ускорило процесс информирования.

Итог: Афиша мероприятий на неделю стала ключевым элементом популяризации музейных мероприятий и привлечения посетителей.

5. Мониторинг и анализ текущих и потенциальных каналов информирования потенциальных посетителей.

Составлен реестр существующих каналов оповещения потенциальных посетителей о предстоящих мероприятиях; разработана и внедрена в работу система мониторинга эффективности существующих каналов информирования по средствам Анкетирования посетителей музея; увеличено количество новых каналов информирования.

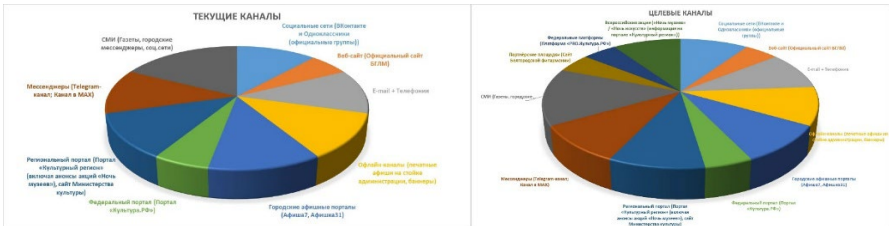
Анализ текущих каналов информирования посетителей о предстоящих мероприятиях Белгородского государственного литературного музея (БГ-ЛМ)

Список 1. Базовые (старые) каналы оповещения

№	Категория	Канал информирования	Ссылка на ресурс/контакт
1	Социальные сети (ВКонтакте и Одноклассники (официальные группы))		https://vk.com/belldmusem https://m.ok.ru/group/20000001677319
2	Веб-сайт (Официальный сайт БГ-ЛМ)		https://belldmusem.ru
3	E-mail (Электронная рассылка)		bel_bglm@belkalt.ru
	Телефоны (Общая (справочная служба))		+7 (4722) 27-64-23, +7 (4722) 27-59-61
4	Офлайн (в музее) (Стойка администратора (печатные афиши))		—
	Офлайн (внешняя реклама) (Уличные баннеры)		—
5	Городские афишные порталы (Афиша7, Афиша31)		https://afisha7.ru/belgorod https://afisha31.ru
6	Федеральный портал (Портал «Культура.РФ»)		https://portal.culture.ru
7	Региональный портал (Портал «Культурный регион» (включая разделы «Лето культуры», сайт Министерства культуры))		https://bel.culture.ru/museums/62
8	Мессенджеры (Telegram, канал, канал в МАУ)		https://t.me/belldmusem https://web.mau.ru/49563157980898
9	СМИ (Газеты, городские мессенджеры, соц.сети)		—

Список 2. Растянутый список (включая новые каналы)

№	Категория	Канал информирования	Ссылка на ресурс/контакт
1	Мессенджеры (Telegram, канал, канал в МАУ)		https://t.me/belldmusem https://web.mau.ru/49563157980898
2	Городские афишные порталы	Афиша7, Афиша31	https://afisha7.ru/belgorod https://afisha31.ru
3	Национальные платформы (Сайт Белгородской филармонии)	Сайт Белгородской филармонии	https://belkalt.ru
4	Федеральные платформы (Платформа «РГО.Культура.РФ»)	Платформа «РГО.Культура.РФ»	https://pro.culture.ru
5	Социальные сети	ВКонтакте, Одноклассники	https://vk.com/belldmusem https://m.ok.ru/group/20000001677319



	Анкета посетителя Белгородского литературного музея 1. Как часто вы посещаете мероприятия Белгородского государственного литературного музея? (выберите один ответ) ☐ Несколько раз в неделю ☐ Раз в месяц и чаще ☐ Раз в несколько месяцев 2. Откуда вы узнали о мероприятии, которое посетили (или планируете посетить)? (можно выбрать несколько вариантов) ☐ Официальная группа музея ВКонтакте ☐ Официальная группа музея в Одноклассниках ☐ Сайт музея ☐ Афиша на входе в музей ☐ Рассылка по электронной почте ☐ Рекомендации друзей или знакомых ☐ Информация от Министерства культуры или администрации ☐ МАХ или другие мессенджеры ☐ Другое (напишите): _____ 3. Какой источник информации для вас самый удобный и наглядный? (один вариант) ☐ ВКонтакте ☐ Одноклассники ☐ Telegram ☐ МАХ ☐ Сайт музея ☐ Печатные афиши ☐ Другое (напишите): _____ 4. Как вы обычно узнаете о культурных событиях в Белгороде? _____ Вывод: анализ текущих и потенциальных каналов информирования посетителей позволил разработать системный подход поиска и выхода на новые каналы коммуникации, что позволило увеличить количество площадок информирования и увеличить охват потенциальной аудитории и, как следствие, увеличить посещаемость мероприятий музея. Типология потерь, минимизированных в результате предпринятых мер: отсутствовал реестр существующих каналов информирования посетителей и информация об эффективности, что требовало глубокого анализа существующих каналов; планомерная работа по выходу на новые площадки велась не активно, что не позволяло увеличивать охват потенциальной аудитории; информирование посетителей осуществлялось в большей степени, через музейные каналы информирования; наполнение контента осуществлялось хаотично; отсутствие ресурсов для размещения контента на коммерческих площадках, привело к поиску каналов коммуникации на безвозмездной основе, что привело к увеличению вне музейных каналов информирования; не была налажена стабильная обратная связь с посетителями; визуализация каналов информирования помогла определить направление дальнейшего развития каналов коммуникации и структурировать работу. Итог: Мониторинг и анализ текущих и потенциальных каналов информирования посетителей стал стратегическим инструментом по продвижению музейных мероприятий, увеличения целевой аудитории в цифровой и офлайн-среде и, как следствие, увеличения посещаемости музея.
Достигнутый результат	1. Количество посещений за май 2026 года выросло до 2048 чел. (+1010 чел.), в сравнении с аналогичным периодом прошлого года. 2. Повышена удовлетворённость посетителей до 97 % (+8%); 3. Время протекания процесса сокращено до 11 рабочих дней (-5 р./дн.); 4. Количество информационных каналов для посетителей расширено до 12 (+3).
Дополнительные материалы	https://disk.360.yandex.ru/d/ITlXz7Va2hUdRw Приказ об открытии проекта по тиражированию ЛП; Карточка проекта по тиражированию ЛП; План мероприятий по тиражированию ЛП; Материалы картирование (текущего и целевого состояния), пирамида проблем; План работы музея на месяц, план мероприятий на неделю; Календарь рабочего времени сотрудников (Битрикс24); Единая форма плана мероприятий предстоящего месяца (Google календарь); Стандарт структуры написания пресс-релиза музейного мероприятия и чек-листа проверки; Примеры дизайнов афиш отдельных мероприятий и событийной афиши в разрезе недели;

Реестр текущих и целевых каналов информирования посетителей;
Анкета посетителя музея для мониторинга эффективности каналов
информирования.

Руководитель организации



И.А. Климова
М.П.

/И.А. Климова/