



ПОЛОЖЕНИЕ

о конкурсе
«Лучшая корпоративная книга»

Раздел 1. Общие положения

1.1. Конкурс «Лучшая корпоративная книга» учрежден и проводится при финансовой и организационной поддержке ООО «ИнтерКомм» – компании в области развития корпоративных коммуникаций и корпоративной культуры.

1.2. «ИнтерКомм» – профессиональное сообщество из более 10 тысяч экспертов и специалистов в области корпоративных коммуникаций, представляющих различные бизнес-компании и организации. «ИнтерКомм» – это также ежегодная международная премия в области корпоративных коммуникаций и корпоративной культуры. Конкурс «Лучшая корпоративная книга» – еще один проект в линейке деловых ивентов «ИнтерКомм», призванный обобщить опыт компаний и представить на суд экспертов и профессионального сообщества лучшие кейсы в сфере издания корпоративных книг.

1.3. «ИнтерКомм» обладает достаточным уровнем собственной экспертизы, а также приглашает к оценке представленных на конкурс проектов ведущих экспертов, специалистов в области корпоративных коммуникаций и медиа, книгоиздания.

1.4. Соучредителями и соорганизаторами конкурса могут выступить другие компании, имеющие достаточный опыт в сфере книгоиздания и корпоративных коммуникаций, а также свой круг экспертов.

1.5. Корпоративная книга – книга, призванная решить те или иные задачи бизнеса/компании/предприятия/организации и изданная с привлечением финансирования компании/предприятия/организации.

Раздел 2. Цели и задачи конкурса

2.1. Цель конкурса – всесторонняя поддержка издания корпоративных книг как одного из эффективных инструментов корпоративных коммуникаций в государственных и коммерческих организациях и компаниях.

2.2. Корпоративная книга в компании и организации нацелена на решение различных задач.

В частности, корпоративная книга – это:

- хранитель истории, традиций и корпоративной культуры;
- «библиотека» производственного опыта, знаний, лучших кейсов и практик, собранных сотрудниками и подразделениями
- источник вдохновения и мотивации для начинающих и опытных сотрудников, руководителей компании, членов их семей
- канал для профориентации подрастающего поколения, школьников
- площадка для коммуникаций с ветеранами и бывшими сотрудниками компании
- инструмент построения сотрудничества с регионами присутствия компании – органами власти, бизнесом, общественными организациями и объединениями
- ресурс для развития бренда компании – как работодателя, как объекта промышленного туризма, как партнера для международного сотрудничества
- отличный корпоративный подарок

2.3. Задачи конкурса:

- выявление лучших практик и опыта компаний в издании корпоративных книг
- содействие повышению качества корпоративных книг с точки зрения концепта, контента, визуального и полиграфического исполнения
- распространение опыта издания лучших корпоративных книг на широкий круг компаний и организаций
- усиление просветительской, мотивационной, профориентационной и других важных ролей корпоративных книг в бизнес-среде и общественных институтах
- рост печатных тиражей, цифровых копий корпоративных книг и тем самым содействие развитию рынка книгоиздания в России
- информирование издателей корпоративных книг об отраслевых законодательных новшествах

Раздел 3. Тайминг и регламент проведения конкурса в 2025–2026 годах

3.1. Конкурс «Лучшая корпоративная книга» проводится в период с 1 декабря 2025 года по 31 июля 2026 года.

3.2. К участию в конкурсе принимаются книги, вышедшие в свет в период с 1 мая 2024 года.

3.3. Сбор заявок от номинантов – с 1 декабря 2025 года до 15 июня 2026 года.

3.4. Экспертиза проектов, формирование шорт-листа – с 01 июля 2026 года до 31 июля 2026 года.

3.5. Подведение итогов конкурса – август 2026 года.

3.6. Церемония награждения лауреатов конкурса – на специально организованной церемонии в августе 2026 года.

3.7. На конкурс «Лучшая корпоративная книга» к участию принимаются заявки от:

- бизнес-компаний – авторов идеи, текстов и официальных издателей корпоративных книг
- аутсорсинговых компаний, оказывающих услуги удаленной редакции издателям корпоративных книг
- книжных издательств и типографий, оказывающих полиграфические и редакторские услуги компаниям – издателям корпоративных книг и публицистов, писателей, копирайтеров, редакторов, являющихся авторами корпоративных книг по договору с компаниями-издателями
- владельцев и топ-менеджеров бизнес-компаний, являющихся официальными авторами корпоративных книг

3.8. Для участия в конкурсе «Лучшая корпоративная книга» номинантам необходимо:

- подготовить презентацию с идеей, основными вехами создания и информацией об издателе и авторах книги
- подготовить видеовыступление от авторов «Как мы работали над книгой» длительностью до двух минут (по желанию)
- предоставить три мини-рецензии от экспертов и/или сотрудников компании в свободной форме
- предоставить 3 (три) экземпляра печатной версии книги и доступную ссылку на ее электронную версию
- оплатить организационный взнос

Раздел 4. Оценка конкурсных работ

4.1. Оценка работ, представленных на конкурс, осуществляется в два этапа.

4.2. На первом этапе книга оценивается по следующим критериям:

- идея (концепция) книги
- текстовое содержание (контент) книги
- визуальное оформление (верстка, фотоматериалы и иллюстрации) книги
- полиграфическое исполнение книги
- общее эмоциональное впечатление от книги
- влияние книги на социальный капитал компании

На втором этапе номинанты, прошедшие в шорт-лист, презентуют и защищают свои проекты в формате ВКС (с учётом регионального состава участников).

Проект оценивается по следующим критериям:

- содержание и качество презентации
- мастерство спикера
- ответы на вопросы жюри

4.4. Финальная оценка проекта складывается из суммы оценок за первый и второй этапы голосования. В каждой номинации определяются победитель и два призера конкурса (второе и третье места).

Раздел 5. Жюри и оргкомитет конкурса

5.1. В состав жюри конкурса входят:

- представители коммуникационных и издательских агентств
- представители книгоиздательских компаний
- эксперты – индивидуальные предприниматели
- известные журналисты и писатели
- представители отраслевых, профильных учебных заведений
- руководители коммуникационных подразделений крупнейших компаний – отраслевых лидеров

5.2. Решение о приглашении экспертов в состав жюри конкурса принимает оргкомитет во главе с представителем ООО «ИнтерКомм» – учредителя премии.

5.3. Функции оргкомитета конкурса:

- формирование состава жюри
- проведение рекламной кампании и привлечение компаний-издателей к участию в конкурсе
- создание и развитие информационных площадок конкурса
- организация заочного и очного онлайн-голосования жюри
- организация и проведение церемонии награждения победителей и финалистов конкурса
- продвижение в СМИ и пабликах в Интернете идеи и содержания конкурса, публикация его итогов, комментариев экспертов
- изготовление сувенирной продукции для награждения победителей и финалистов конкурса

5.4. Члены жюри не голосуют за проекты, к созданию которых имеют отношение как соавторы, издатели, инвесторы. Представители оргкомитета отслеживают возможность такой связи на этапе подачи проектов на конкурс и информируют об этом всех членов жюри перед началом голосования.

Раздел 6. Номинации конкурса

6.1. Конкурс проводится по следующим основным номинациям:

- «Лучшая книга по истории компании/отрасли»
- «Лучшая юбилейная книга»
- «Лучшая книга по теме устойчивого развития и социальных проектов»
- «Лучшая детская книга»
- «Лучшая книга по профориентации»
- «Лучший корпоративный учебник»
- «Лучшая книга о продукции компании/отрасли»
- «Лучшая книга в поддержку корпоративной культуры компании»
- «Лучшая книга нового сотрудника»
- «Лучшая книга в поддержку территорий присутствия компании, развития промышленного туризма и международного сотрудничества»
- «Лучшая авторская книга от создателя (CEO) бизнеса»
- «Лучшая настольная игра»
- «Лучший фотоальбом»
- «Лучшая цифровая книга»
- «Лучший каталог» (маркетинговая продукция)

6.2. Специальные номинации конкурса:

- «Лучшая идея (концепция) корпоративной книги»
- «Лучший дизайн и визуальное исполнение корпоративной книги»
- «Лучшее полиграфическое решение в корпоративной книге»
- «Лучшая цифровая версия корпоративной книги»
- «Лучшая книга, созданная при поддержке ИИ»
- «Лучшее комплексное решение» (когда вместе с корпоративной книгой выпущены другие артефакты в поддержку проекта)

6.3. Гран-при – «Корпоративная книга года». Выбирается прямым общим голосованием членов жюри из числа победителей и призеров во всех номинациях конкурса.

6.4. Жюри и оргкомитет конкурса «Лучшая корпоративная книга» оставляют за собой право вносить изменения и дополнения в номинации конкурса.

Раздел 7. Награды конкурса, подведение итогов конкурса

7.1. Победители конкурса «Лучшая корпоративная книга» в каждой номинации получают звание лауреата, награждаются дипломами и памятными статуэтками. Финалисты, занявшие призовые второе и третье места в номинациях, получают звание призера и награждаются дипломами.

7.2. Издания, получившие дипломы и памятные статуэтки конкурса «Лучшая корпоративная книга», получают содействие по представлению и продвижению их на российских и международных книжных ярмарках и выставках, иных мероприятиях коммуникационной, медийной, книгоиздательской индустрий.

7.3. Итоги конкурса публикуются в печатных и интернет-версиях дружественных тематических СМИ – информационных партнеров конкурса.