

Balvas “Lielais loms 2025” vērtēšanas kritēriji nominācijā
“**IEGULDĪJUMS ZIVSAIMNIECĪBAS UN ŪDEŅU APSAIMNIEKOŠANAS
POPULARIZĒŠANĀ**”

Novads _____,
Fiziskas personas vārds, uzvārds _____,
VAI juridiskas personas nosaukums _____,
Īpašnieks vai vadītājs/nodarbinātais _____.

Nr. p.k.	Rādītāji (no 2024. gada)	Punktu skaits	Iegūtais punktu skaits
1.	Informācijas pieejamība un komunikācija		
1.1.	Komunikācija par zivsaimniecību sociālajos medijos		
	Konta nav vai tas nav saistīts ar nozares tēlu	0	
	Konts eksistē, bet saturs neregulārs vai vispārējs	2	
	Ziņas publicētas vismaz 1–2x mēnesī, ar nozares saturu	3	
	Regulāras publikācijas, saturiski saistītas ar zivsaimniecību, kvalitatīvi vizuāli materiāli	5	
1.2.	Mājaslapa vai tūrisma profils ar informāciju par uzņēmuma darbību nozarē		
	Vietnes nav vai tā neatspoguļo zivsaimniecību	0	
	Vietne pieejama, bet neaktualizēta vai satur ierobežotu informāciju	2	
	Pārskatāma, informatīva, regulāri atjaunināta vietne ar uzsvaru uz nozares darbību	5	
1.3.	Iesaistīšanās medijos		
	Nav redzamu piemēru vai aktivitātes nav pamanītas	0	
	Epizodiska parādīšanās reģionālajos medijos	3	
	Dalība vairākos plašsaziņas līdzekļos (TV, prese, radio), kur akcentēta zivsaimniecība	5	
1.4.	Vizuālā identitāte un informācijas pieejamība uz vietas		
	Nav vizuālās informācijas vai tā ir minimāla un fragmentēta	0	
	Atsevišķi vizuālie elementi – piemēram, plakāts vai buklets	3	
	Ir uz vietas norādes, stendi, bukleti, prezentācijas materiāli; vienots zīmols	5	
2.	Nozares popularizēšanas pasākumi		
2.1.	Pasākumu organizēšana		
	Nav pasākumu vai tie nav dokumentēti/atklāti	0	
	Vienreizējs vai neliels pasākums bez pēctecības	2	
	Vismaz 1–2 pasākumi, vērsti uz sabiedrību vai izglītību	5	
	Vismaz 3 pasākumi gadā, dokumentēti, kvalitatīvi, ar dažādām mērķauditorijām	10	
2.2.	Izglītojošās aktivitātes		
	Nav aktivitāšu vai tās nav saistītas ar izglītību	0	
	Epizodiska sadarbība ar izglītības iestādēm	3	
	Piedāvātas prakses vietas, skolu vizītes, lekcijas u.c. aktivitātes vismaz reizi gadā	5	
2.3.	Sadarbība ar nozares dalībniekiem		
	Nav sadarbības vai tā formāla	0	
	Atsevišķi kopprojekti, tīklošanās pasākumi	3	
	Aktīva sadarbība ar citiem uzņēmumiem, kopīgas kampaņas	5	
2.4.	Radoši risinājumi nozares tēla veidošanā		
	Tradicionāli risinājumi vai tikai informatīvs saturs	0	
	Daži oriģināli piemēri, taču kampaņa nav ilglaicīga	3	
	Kvalitatīvi, oriģināli materiāli (video, stāsti, mārketinga kampaņas ar emocionālu piesaisti)	5	
3.	Ilgtermiņa un sabiedrības interese		
3.1.	Pasākumu ilgtermiņa		

	Nav informācijas par regularitāti	0	
	Vienreizējas aktivitātes	2	
	Pasākumi notiek vairāk nekā vienu gadu	4	
	Ilggadēja tradīcija, pasākumi notiek vairākus gadus pēc kārtas	5	
3.2.	Sabiedrības atsaucība		
	Nav informācijas vai reakcijas dati	0	
	Ierobežota vai epizodiska atsaucība	2	
	Vidēja atsaucība un iesaiste	4	
	Liels apmeklētāju skaits, pozitīvas atsauksmes, mediju uzmanība	5	
4.	Skatītāju balsojums		
	1. vieta pēc skatītāju balsojuma	30	
	2. vieta pēc skatītāju balsojuma	20	
	3. vieta pēc skatītāju balsojuma	10	
	Pārējie	0	
Kopā			

Vērtēja:

Datums: