

— миссия выполняема —

Первый раз в Герцен-класс

Зачастую прогрессивная идея рождается из проблемы. Эта закономерность наиболее характерна для маркетинга, где главным является оптимальный результат и поиск эффективных способов его

достижения. Проблема проведения имиджевой политики университета являлась и остается до сих пор главной задачей отдела маркетинга. Идея студенческой бригады рекламной поддержки как идеальной формы соединения лучших традиций студенческих

сообществ с коммерческими целями университета возникла с первых дней работы руководителя отдела Любови Даниленко.

Проект создания такой творческой группы рекламистов и пиарщиков из числа студентов университета выносился на обсуждение собрания деканов и ректората университета еще в конце 2000 года. Начало нового года стало временем воплощения задуманных планов в жизнь. Команда рекламной поддержки университета обрела свое имя - Герцен-класс. У нее появились не только идейный вдохновитель, но и опытные проводники в лице специалиста по связям с общественностью отдела маркетинга Елены Кавериной и маркетолога Юлии Чулковой. Но главными в этом проекте, конечно же, стали теперь наши коллеги и ваши сокурсники и ученики - неравнодушные к жизни университета студенты различных факультетов.

Отныне в их компетенцию входит представление интересов университета на специализированных выставках разного уровня, пропаганда преимуществ университета посредством организации PR-акций и других мероприятий, профориентация будущих абитуриентов и поиск новых методов работы со школьной аудиторией и другими потребителями образовательных услуг, распространение рекламной продукции университета, ознакомление абитуриентов и их родителей с традициями студенческой жизни и многое-многое другое.

Первая встреча студентов, желающих стать участниками команды рекламной поддержки университета Герцен-класс состоялась 13 марта. Весьма показательным оказался тот факт, что на эту встречу пришли все, кто заявил себя на предварительном собеседовании. Такая стопроцентная явка подчеркивает актуальность идеи проекта Герцен-класс, заинтересованность в нем студентов. Участниками проекта стали студенты психолого-педагогического факультета, которые первыми откликнулись на призыв отдела маркетинга к сотрудничеству, а также факультетов философии человека, филологического,

иностранных языков, географии, биологии, соци-

альных наук. Атмосфера первой встречи была дружеской и творческой, свободный диалог с аудиторией демонстрировал то, что здесь собрались единомышленники, готовые

думать, творить и действовать. Любовь Даниленко рассказала об основных идеях проекта. Елена Каверина провела деловые игры, в результате которых были сформированы креативные группы по перспективным направлениям деятельности, обозначенные как «представители» (группа для работы на выставках, конференциях), «дипломаты» (студенты, представляющие интересы университета на официальных встречах, организующие работу с коллегами из других вузов), «шоумены» (ребята, занимающиеся постановочной, театрализованной деятельностью), «навигаторы» (профориентационная работа со школами, колледжами), «журналисты» (группа, освещающая как деятельность Герцен-класса, так и жизнь всего университета в прессе). Деление на команды условно, студенты, записавшиеся в определенную команду, могут работать и в другой, но названия групп четко обозначают основные направления деятельности всей команды Герцен-класс.

Сотрудники отдела маркетинга, разрабатывая фирменную одежду для команды Герцен-класс, решили спросить мнение студентов на эту тему. Маркетолог Юлия Чулкова на встрече с ребятами провела мини-исследование о фирменном стиле Герцен-класса. Как же должен выглядеть студент, представляющий университет? Мнения ребят таковы: «практично, удобно и презентабельно», «актуально для молодежи», необходим «представительный и деловой вид». Цветовая гамма должна «соответствовать символике университета», это должны быть «располагающие к общению цвета». Предпочтения студентов по стилю и цвету оказались созвучны планируемой координаторами одежде. Ребята в большинстве для уличной одежды выбрали куртки-ветровки, для офисной одежды костюм, приближенный к деловому, но с интересными аксессуарами. Фирменная одежда для Герцен-класса уже заказана. Более того, первая партия - синие куртки-ветровки с вышитым гербом университета и надписью «РГПУ им. А.И.Герцена» была опробована на Дне открытых дверей 25 марта. Комплект офисной одежды будет состоять из рубашки,

брюк или юбки, жилета синего цвета с вышитым гербом университета и аксессуаров желтого цвета - галстук или шейный платок, папка для рекламных материалов.

Прошел только месяц, как создан Герцен-класс, но ребята осуществили ряд важных для университета акций. Это и проведение Дня открытых дверей (где активно работали Мочалова Ю., PR, 2 к., Боек Н., Лоза А., география 1 к. и многие др.), и участие в выставке «Московская ярмарка образования» в Москве (Чернышева В., PR, 1 к.), также представление интересов университета на ярмарках образования и вакансий в г. Подпорожье (Белякова Н., 4 к. ф. соц. наук, Ахунд-Заде М., 3 к., ф. ин. яз.) и г. Приозерск (Лапковская Н. и Курдюкова Д., 4 к., филолог. ф.).

Скоро состоится посвящение участников Герцен-класса в официальные представители университета. Впереди их ждут занятия по основам маркетинга, делового общения, изучение истории университета и его традиций, а также много интересных проектов, одним из которых является проект «Приемная кампания университета - 2001», он будет проходить в течение 20 дней, и ребята смогут опробовать себя в различных направлениях PR-ской работы. План деятельности Герцен-класса мобилен, в нем всегда найдется место для проведения интересного проекта, придуманного и разработанного самими студентами. Став участниками проекта Герцен-класс студенты имеют прекрасную возможность получить опыт работы в сфере маркетинга, рекламы, журналистики, обрести навыки работы в команде, развить коммуникативные способности, раскрыть свой креативный и личностный потенциал.

Команда Герцен-класс объединила студентов, для которых понятие Alma Mater наполнено подлинным смыслом, им не чужды высокие идеалы и духовные ценности, и в этом они, бесспорно, продолжают более чем двухсотлетние традиции родного университета.

Материал подготовлен специалистом по связям с общественностью отдела маркетинга Е.А. КАВЕРИНОЙ

На фото: (вверху-слева направо) участники 4-й международной выставки «Московская ярмарка образования 2001» 22-25 марта Е.А. Каверина, В. Чернышева, А. Коннов, Л.В. Даниленко; (внизу) первая встреча участников Герцен-класса, группа «Представители»

