

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО

НОВОСТИ

К 65-ЛЕТИЮ ПОБЕДЫ В ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЕ В ФУНДАМЕНТАЛЬНОЙ БИБЛИОТЕКЕ ОРГАНИЗОВАН ЦИКЛ УНИКАЛЬНЫХ ТЕМАТИЧЕСКИХ ВЫСТАВОК

В конференц-зале фундаментальной библиотеки развернута экспозиция «Библиотека Герценовского университета в годы Великой Отечественной войны», подготовленная совместно с музеем истории РГПУ им. А.И. Герцена.

Книжная выставка «Роль и место книги в годы Великой Отечественной войны», развернутая в конференц-зале фундаментальной библиотеки, знакомит читателей с книгами, изданными в период 1941–1945 годов. В диссертационном зале фундаментальной библиотеки представлена выставка «Отражение периода Великой Отечественной войны в школьных учебниках истории». В конференц-зале фундаментальной библиотеки развернута экспозиция «Голос блокадного Ленинграда», посвященная 100-летию со дня рождения известной ленинградской поэтессы Ольги Берггольц.

МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ: ГЕРЦЕНОВСКИЕ ЧТЕНИЯ НА ТЕМУ «АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБУЧЕНИЯ ФИЗИКЕ В СРЕДНЕЙ И ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ»

С 12 по 13 мая кафедра методики обучения физике РГПУ им. А.И. Герцена и Северо-Западное отделение Российской академии образования провели Герценовские чтения на тему «Актуальные проблемы обучения физике в средней и высшей школе». Цель проведения конференции: представление научной общественности результатов научно-методических исследований по актуальным проблемам обучения физике в высшей и средней школе и обобщение достижений передовой практики обучения физике.

В РГПУ ИМ. А.И. ГЕРЦЕНА ПРЕДОСТАВЛЕН ТЕСТОВЫЙ ДОСТУП К ЖУРНАЛАМ КОРОЛЕВСКОЙ АКАДЕМИИ НАУК (ВЕЛИКОБРИТАНИЯ) — THE ROYAL SOCIETY PUBLISHING

При поддержке консорциума НЭИКОМ РГПУ им. А.И. Герцена предоставлен тестовый доступ к журналам Королевской академии наук (Великобритания).

ФИНАЛЬНЫЙ ТУР РЕГИОНАЛЬНОГО ЭТАПА II КОНКУРСА СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМЫХ ПРОЕКТОВ «МОЯ ИНИЦИАТИВА В ОБРАЗОВАНИИ»

Конкурс проводился управлением развитием воспитательной деятельности РГПУ им. А.И. Герцена при поддержке Комитета по молодежной политике и взаимодействию с общественными объединениями правительства и студенческого совета Санкт-Петербурга.

IV МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «АКАДЕМИЧЕСКИЙ ДИСКУРС СЕВЕРНОЙ ЕВРОПЫ»

15–17 апреля на базе института международных связей РГПУ им. А.И. Герцена состоялась IV Международная конференция «Академический дискурс Северной Европы».

ВСЕРОССИЙСКИЙ ОТКРЫТЫЙ СЕМИНАР ОРГАНИЗАТОРОВ ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ «ОБЩЕСТВЕННО-ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭКСПЕРТИЗА УЧАСТИЯ ВУЗОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В СЕТЕВОМ ПРОЕКТЕ «ИННОВАЦИИ В ВОСПИТАНИИ»

14–16 апреля на базе РГПУ им. А.И. Герцена в рамках сетевого проекта «Инновации в воспитании» прошел трёхдневный Всероссийский открытый семинар для организаторов воспитательной деятельности (проректоров, начальников управлений, заместителей деканов и др.).

Цель проекта — создание многовариантной сети инновационных и экспериментальных площадок вузов РФ, ведущих научно обоснованный практикоориентированный поиск и распространение продуктивных, адекватных времени, средств воспитания студентов (программ, проектов, форм, технологий и т.д.) в соответствии с основными задачами развития воспитательной деятельности в вузе в условиях уровневого образования и реализации стратегии государственной молодежной политики Российской Федерации до 2020 года.

ЭФФЕКТИВНАЯ

Обзор выставочной деятельности вузов

Выставочная деятельность — один из наиболее эффективных способов коммуникации с потенциальными потребителями, партнерами, презентации своих возможностей и продвижения бренда. Для высших учебных заведений качественное участие в образовательных выставках крайне актуально особенно в последние несколько лет. Это связано с повышением конкуренции между вузами, которая, в свою очередь, вызвана демографическим кризисом конца 80-х — начала 90-х. Последствия кризиса вузы начали ощущать с 2006 года и, по прогнозам, он пойдет на спад лишь к 2015 году. Впереди самые «тяжелые» годы в отношении притока абитуриентов. Это, безусловно, обостряет конкурентную борьбу на рынке образовательных услуг и стимулирует экспозиционную жизнь города. Между тем, мировой финансовый кризис, начавшийся во второй половине 2008 года, заставил пойти на сокращение расходов многие организации, в том числе и вузы, что привело к снижению их выставочной активности. В таких условиях оптимальной стратегией любого вуза должно стать стремление не к количественному присутствию на все-

возможных выставочных мероприятиях, а качественному наполнению своей PR-акции на наиболее значимых выставках. Попробуем проследить основные тенденции выставочной деятельности высших учебных заведений северной столицы.

Каждая выставка отличается уровнем, масштабом и регулярностью проведения. Что касается международных выставок, ориентированных на образование за рубежом, то их наибольшее количество пришлось на 2007 год — четыре аналогичных, в 2008-м — три, в 2009-м и начале 2010-го Герценовский университет не принял участие ни в одной подобной выставке. Как правило, присутствие на подобных экспозициях является для нас бесплатным (вуз предоставляет переводчиков для работы на стендах). При этом студенты-лингвисты получают дополнительную языковую и коммуникативную практики, а Герценовский университет имеет возможность продвинуть образовательные программы, близкие к тематике выставки. К тому же, за редким исключением, там отсутствуют основные конкуренты РГПУ им. А.И. Герцена.

С каждым экспозиционным мероприятием на новый уровень выходит материально-техническое оснащение участников. Улучшается качество информационных буклетов (при их оформлении активнее используются глянцевая бумага, фотографии). Все больше вузов предлагают ознакомиться с жизнью учебного заведения через собственные корпоративные издания (газеты, журналы).

Самым масштабными значимыми ежегодно проводимым выставочным мероприятием является Санкт-Петербургский образовательный форум. В 2007 году число высших учебных заведений-участников форума достигло 62, в 2008-м было представлено 55 участников, в 2009-м — 63, в 2010-м — 58. Высокая стоимость данного мероприятия (так, в 2007 году стоимость участия в выставке составляла 42 196 руб., в 2008-м — 22 007 руб., а в 2010-м — 28 000 руб.) оправдана большой посещаемостью (до 17 500 человек).

Второе традиционное ежегодное выставочное мероприятие — выставка образовательных возможностей вузов, колледжей и лицеев «Дни открытых дверей» — является менее затратным по стоимости (от 3500 руб. в 2007 году до 5 850 в 2010-м), посещаемость в среднем достигает 3500–4000

человек. Количество вузов-участников выставки ежегодно составляет около 40. Можно также назвать и другие экспозиционные мероприятия, в которых университет ежегодно принимает участие. Это «Образование и карьера XXI век», «Горизонты образования», «Высшее образование для Вас и Ваших детей». Последняя выставка является одной из самых «дорогих», в среднем, около 30 000 руб.

Безусловно, любое городское мероприятие нуждается в рекламной и информационной поддержке, как от специализированных источников (например, студенческая газета Gaudeamus, «Газета родителей»), так и от общих (радио «Россия», журнал «Город»). Отслеживая количество источников информационной поддержки образовательных выставок по годам, можно заметить тенденцию к их сокращению. Например, рекламу ежегодной выставки «Дни открытых дверей» в 2008 году осуществляли 32 источника, в 2009-м — 22, а в 2010-м — лишь 15. При сокращении традиционных «рекламоносителей»

возрастает количество электронных, расширяется рекламная деятельность на интернет-сайтах. Если обратить внимание на представленные выше данные по количеству участников на наиболее популярных образовательных выставках, видно лишь незначительное их уменьшение с 2007 по 2010 год. Можно предположить, что вузы сократили количество самих выставок, в которых ежегодно принимали участие. Так, например, Герценовский университет в период с января 2007-го по апрель 2010-го принял участие в 28 профильных выставках. Наибольшую активность наш вуз проявил в докризисный 2007-й, а также в 2008 году (всего 22 выставки). В 2009-м мы были задействованы на четырех основных городских выставках. При этом, с каждой экспозицией характер конкурентной борьбы среди учебных заведений становится острее. Вузы придают все большее значение участию в выставке, считая это стратегически важным мероприятием. Так, например, среднее количество высших учебных заведений из прямой конкурентной группы РГПУ им. А.И. Герцена на выставках в 2009 году составило 8,6, а за весенний цикл 2010-го — уже 12. Если раньше даже пассивного присутствия на выставке было вполне достаточно для вуза, который хочет быть замеченным среди своих основных конкурентов, то на современном этапе требуются дополнительные активы. Это понимают большинство участников образовательных выставок и принимают соответствующие меры.

С каждым экспозиционным мероприятием на новый уровень выходит материально-техническое оснащение участников. Это касается всех элементов, используемых при работе на выставке. Улучшается качество информационных буклетов (при их оформлении активнее используются глянцевая бумага, фотографии). Все больше вузов предлагают ознакомиться с жизнью учебного заведения через собственные



корпоративные издания (газеты, журналы). Из года в год образовательные учреждения выделяют средства для изготовления подарков для посетителей. Раздавая фирменную сувенирную продукцию (ручки, блокноты, пакеты с логотипом), они уверены, что эта «мобильная» реклама будет «работать» и после окончания выставки. Многие экспоненты стараются разнообразить стенд такими интересными деталями, как мягкие игрушки, кубки, грамоты, награды, цветы, шарик и пр. Эволюция технического оснащения экспонентов отчетливо прослеживается в применении медиа-средств. Если раньше использование ноутбука на стенде являлось отличительной чертой и привлекало внимание, то сейчас этого не всегда достаточно. Вузы стремятся «перещеголять» друг друга в размере жидкокристаллического экрана, общем количестве медиа-инструментов и качестве медиа-презентаций.

Каждый год происходит совершенствование рекламных баннеров высших учебных заведений: улучшаются качество печати и информативная наполненность, добавляется световое оформление, усложняется конфигурация. Образно говоря, баннер можно назвать главным «действующим лицом» любого стенда, так как он почти всегда является самым большим элементом экспозиции. Учитывая этот факт, два вуза на Санкт-Петербургском образовательном форуме 2010 использовали объемные рекламные баннеры с внутренней подсветкой. Это дополнительно привлекало внимание посетителей к стендам и подчеркивало респектабельность Северо-Западной академии государственной службы и Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета.

Тенденция к увеличению информативности прослеживается и в том, что все ответственные для стенда пространство участники стараются заполнить полезной информацией: плакатами с датами дней открытых дверей, перечнем проводимых олимпиад

КОММУНИКАЦИЯ

Выставочная деятельность вузов Санкт-Петербурга за 2007-2010



ставках лифлетами университета, отдельных факультетов, информацией о филиале университета в г. Волхове, лингвистическом центре, днях открытых дверей университета, информационными листами очной и заочной форм обучения, программ магистратуры, института довузовской подготовки, образовательной программы евроколледжа. Количество стендистов-студентов из «Герцен-класса» достигало семи человек.

Для выставочной деятельности РГПУ им. А.И. Герцена в 2008 году были характерны все вышеперечисленные составляющие. Медиа-презентация была проведена лишь на одной экспозиции из одиннадцати. Удачным дополнением на одной из выставок 2008 года («Высшее образование для Вас и Ваших детей») стало использование герценовцами фирменной одежды: кепок и футболок с логотипом. Не все учебные заведения располагают одеждой с корпоративными символами, и в такой ситуации использование белоснежных футболок, синих жилеток

завской подготовки, о днях открытых дверей, об образовательных программах евроколледжа, о стоимости обучения. Качество информационных буклетов университета проигрывало на фоне красочного раздаточного материала вузов-конкурентов. Не были задействованы газетные стойки для удобства раздачи информационных листов. На стендах опять же работали не более двух студентов одновременно.

Таким образом, прослеживается тенденция к снижению качества выставочной деятельности нашего университета, несмотря на то, что многими необходимыми ресурсами для хорошей экспозиционной работы университет располагает, а именно: фирменная одежда, оригинальная сувенирная продукция с логотипом (ручки, пакеты, шарики), информационные тексты по различным направлениям деятельности, в том числе международной, несколько стоек-газетниц, корпоративная газета «Педагогические вести». Для ноутбука и/или медиа-проектора возможно создание эффектных презентаций о посещении нашего университета Президентом РФ Д.А. Медведевым, министром образования А.А. Фурсенко, об открытии «Года учителя» и о проведении Педагогической ассамблеи

Одной из сильных сторон Герценовского университета является лингвистическое направление, которое необходимо подчеркивать на любых выставках, не только международных. Наши молодые лингвисты могут проводить экспресс-тесты на знание языка и подробно рассказывать о языковых курсах, программах обмена.

для школьников, объявлениями о наборе на подготовительные и прочие курсы, о дополнительных возможностях вуза и т.д.

Ретроспективный анализ презентационной активности высших учебных заведений (прежде всего, деятельность основных конкурентов Герценовского университета) выявил как качественное, так и количественное улучшение выставочной деятельности петербургских вузов.

При этом необходимо понимать, что любое исследование конкурентной среды не имеет смысла без сравнения полученных результатов с собственной активностью в рассматриваемом сегменте. Безусловно, сам факт присутствия университета на городских профильных выставочных мероприятиях является важным и необходимым элементом конкурентной борьбы. Даже в условиях начавшегося осенью 2008 года кризиса мы приняли участие в пяти основных тематических выставках. В 2009-м количество подобных мероприятий заметно снизилось, но вуз участвовал в наиболее популярных из них: Санкт-Петербургском образовательном форуме 2009, выставке образовательных возможностей вузов, колледжей и лицеев «Дни открытых дверей 2009» и др.

Ориентируясь на ежегодное усовершенствование презентационных замыслов экспонентов, проанализируем выставочную деятельность нашего университета за последние три года. Для оформления стенда в 2007 году на каждой выставке использовалось до трех фирменных баннеров одновременно, мягкая игрушка «Пеликан» — символ университета; для удобного доступа к печатной продукции устанавливалось несколько стоек-газетниц. В техническом плане в 2007 году был задействован (но только на одной выставке из одиннадцати) ноутбук, проведена медийная презентация. Что касается разнообразия информационной печатной продукции, то она была представлена практически на всех вы-

и кепок с голубым фирменным тиснением выделяет наших студентов и положительно влияет на мнение о корпоративной культуре одного из ведущих педагогических вузов России.

В небогатом на экспозиционные мероприятия 2009 году фирменная одежда была использована всего на одной из выставок, там же при оформлении стола была задействована игрушка «Пеликан». На остальных двух мероприятиях оформление стенда составляли только баннеры, отсутствовали стойки-газетницы, сувенирная продукция и какое-либо украшение стенда. Можно отметить использование шариков с рисунком пеликана на Санкт-Петербургском образовательном форуме 2009. Медиа-инструменты не были включены ни в одну из выставочных экспозиций прошлого года. Сократилось количество информативных буклетов. На стенде работали не более двух человек одновременно.

В период с марта по апрель текущего года наш университет принял участие в двух выставках (выставка образовательных возможностей вузов, колледжей и лицеев «Дни открытых дверей 2010» и Санкт-Петербургский образовательный форум 2010). В первой участвовало десять представителей из основной конкурентной группы университета, во второй — четырнадцать. В совокупности в арсенале конкурентов были задействованы все возможные экспозиционные достижения, перечисленные выше. Герценовский университет использовал лишь баннерную конструкцию. Из печатной были представлены только лифлеты по факультетам и справочники для абитуриентов, которые заканчивались, как правило, уже через несколько часов после начала выставки, из-за чего многие желающие не могли ознакомиться с правилами поступления в университет. Не была предоставлена информация о филиалах университета, лингвистическом центре, об институте дову-

завской подготовки. В наличии имеются несколько баннеров, хотя они, конечно, нуждаются в усовершенствовании, а их качество уступает многим конкурентам.

Одной из сильных сторон Герценовского университета является лингвистическое направление, которое необходимо подчеркивать на любых выставках, не только международных. Наши молодые лингвисты могут проводить экспресс-тесты на знание языка и подробно рассказывать о языковых курсах, программах обмена и т.д.

В рекомендациях, разрабатываемых отделом маркетинга после выставок, делается акцент на участие в данных мероприятиях сотрудников центра содействия трудоустройству выпускников «Мост». Присутствие на стенде университета такого специалиста поможет в преодолении как сложившегося в обществе стереотипа о неперспективности педагогического образования, так и кризисного страха безработицы в принципе. Сотрудник центра содействия трудоустройству не только поможет профессионально сориентироваться, но и укрепит мнение будущего герценовца в том, что он будет востребован после окончания университета.

Рекомендуемое количество одновременно присутствующих на стенде студентов «Герцен-класса» — не менее трех, с тем расчетом, что двое активно отвечают на вопросы заинтересованных родителей и школьников, а один перемещается по территории выставки и предлагает посетителям информационные материалы.

Очевидный выставочный потенциал РГПУ им. А.И. Герцена необходимо конвертировать в качественный подготовительный процесс, который оправдает не всегда умеренную цену выставок и принесет отдачу в виде притока абитуриентов.

Е.С. РОЖДЕСТВЕНСКАЯ,
начальник отдела маркетинга,
О.А. ВОРОНЦОВА,
ведущий маркетолог отдела маркетинга

ИТОГОВАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «ЛИЦА С КОМПЛЕКСНЫМИ НАРУШЕНИЯМИ И ИНКЛЮЗИВНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ»

13-15 апреля в Гербовом зале РГПУ им. А.И. Герцена на базе факультета коррекционной педагогики состоялась итоговая международная научно-практическая конференция «Лица с комплексными нарушениями и инклюзивное образование».

В мероприятии с приветственным словом выступили Г.А. Бордовский, ректор РГПУ им. А.И. Герцена, представитель Генерального консульства Франции в Санкт-Петербурге, председатель Совета Федерации Федерального Собрания РФ С.М. Миронов, представитель дирекции Высшего государственного института образования и исследований в области обучения людей с ограниченными возможностями и адаптированного образования (Сюррен, Франция), представитель университета им. Гумбольдта (Берлин, Франция) и др.

СЕМИНАР КОМИССИИ ПО РАБОТЕ СО СМИ СОВЕТА РЕКТОРОВ ВУЗОВ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА «ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ГОДА УЧИТЕЛЯ В РГПУ ИМ. А.И. ГЕРЦЕНА»

7 апреля в Гербовом зале РГПУ им. А.И. Герцена состоялся семинар Комиссии по работе со СМИ совета ректоров вузов Санкт-Петербурга «Информационное сопровождение Года учителя в РГПУ им. А.И. Герцена». В работе семинара приняли участие С.Б. Смирнов, проректор по учебной и воспитательной работе, Т.Г. Гдалина, начальник отдела по работе с абитуриентами и региональному развитию Герценовского университета, с докладом «Информационное сопровождение Года учителя в РГПУ им. А.И. Герцена» и Н.Н. Квелидзе-Кузнецова, заместитель директора фундаментальной библиотеки им. императрицы Марии Федоровны, с докладом «Фундаментальная библиотека как информационно-образовательный центр».

XII МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «РЕАЛЬНОСТЬ ЭТНОСА. ОБРАЗОВАНИЕ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ КОРЕННЫХ МАЛОЧИСЛЕННЫХ НАРОДОВ СЕВЕРА, СИБИРИ И ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА. К 80-ЛЕТИЮ ИНСТИТУТА НАРОДОВ СЕВЕРА»

20-21 мая в РГПУ им. А.И. Герцена состоялась XII Международная научно-практическая конференция «Реальность этноса. Образование как фактор устойчивого развития коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока. К 80-летию института народов Севера».

Основные направления работы конференции: роль образования в реализации Концепции устойчивого развития коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока; проблемы сохранения языков и культур коренных народов Севера в программах ЮНЕСКО; второе десятилетие коренных народов мира и перспективы международного сотрудничества в области развития образования коренных малочисленных народов Севера; инновационное развитие и модернизация культурно-образовательного пространства Севера: роль и функции педагогического образования и др.

V ГЕРЦЕНОВСКИЙ МОЛОДЕЖНЫЙ ФОРУМ ПОБЕДИТЕЛЕЙ МЕЖВУЗОВСКОГО КОНКУРСА СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМЫХ СТУДЕНЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ «МОЯ ИНИЦИАТИВА В ОБРАЗОВАНИИ»

17-20 мая в РГПУ им. А. И. Герцена состоялся V Герценовский молодежный форум победителей межвузовского конкурса социально значимых студенческих проектов «Моя инициатива в образовании».

Кроме студентов Герценовского университета, которые разрабатывают и реализуют социально значимые проекты, участниками форума стали студенты российских вузов из всех федеральных округов РФ и иностранные учащиеся, консультанты их проектов, руководители структурных подразделений вузов, занимающиеся воспитательной деятельностью, члены студенческих советов.

В работе форума приняла участие представитель Комитета по молодежной политике и взаимодействию с общественными объединениями правительства Санкт-Петербурга и комитетов по молодежной политике регионов, работодателей.

Отдел общественных связей, рекламы и выставочной деятельности