

Конкурсы: от победы до карьеры — один шаг

Предыдущий фестиваль был особенно насыщен конкурсами. Помимо конкурса, проводимого нашим организационным партнером — коммуникационным агентством SPN Granat, было еще три: конкурс на лучший пресс-релиз о фестивале, который устроил компьютер-центр «Кей», конкурс сценариев церемонии посвящения в студенты, организованный нашим университетом, и конкурс проектов профессионального праздника специалистов по связям с общественностью. Приятно, что в прошлом году во многих номинациях победителями стали студенты нашего университета.

В этом году, согласно сложившейся традиции, свой конкурс проводит агентство SPN Granat. Задание, как правило, заключается в разработке предложения по организации и проведению какого-либо мероприятия. В нынешнем году участники должны будут подготовить проект летнего праздника для крупной западной производственной компании. Задание позволит на практике применить знания по корпоративному PR. По условиям конкурса, праздник

должен проходить на открытой площадке на свежем воздухе, физически и визуально изолированной. Пикник рассчитан на 4000 человек — сотрудников компании и членов их семей. Ориентировочный бюджет мероприятия — 100 000 условных единиц.

В своем предложении конкурсантам необходимо разработать концепцию праздника, программу мероприятия и механику его проведения, составить алгоритм подготовки и план реализации мероприятия и указать долевое распределение бюджета. Условия конкурса предельно широки, что позволяет участникам проявить свои творческие способности в полную силу: им решать, как будет проходить встреча гостей, церемония открытия праздника, в каком образе представит руководство компании перед своими подчиненными, как будет оформлена площадка, и т.д. Единственное требование организаторов — максимальное вовлечение гостей в различные виды деятельности — всевозможные соревнования и конкурсы. Форма представления проектов также не имеет строгих ограничений и дает возмож-

ность участникам лишний раз продемонстрировать свою фантазию: так, например, студенты ЮУрГУ прислали свой проект... в чемодане, развивая тем самым тематику летнего отдыха. Секрет содержимого этого чемодана нам раскроет жюри на подведении итогов конкурса.

Награда для победителей конкурса — прохождение практики в агентстве SPN Granat и совместная работа со специалистами агентства над реализацией собственного проекта. Таким образом, участие в творческом конкурсе поможет студентам не только развить свои профессиональные способности и завоевать признание однокурсников и преподавателей. Оно также может стать первым шагом в построении собственной карьеры: так, например, победитель конкурса одного из предыдущих фестивалей Максим Обрезков (СПбГУ) в настоящее время работает в агентстве SPN Granat. Посыл очевиден: участвуйте в конкурсе — и вас заметят. От победы до карьеры — один шаг!

Екатерина БОГЛАЕВА

Новые темы — новые возможности

Наверное, я не ошибусь, если скажу, что современную молодежь больше волнует вопрос не куда пойти работать, а как успешно устроиться на работу, пройти нескончаемую вереницу собеседований и не спастись в последний решающий момент перед «коварным» работодателем. Теперь у участников фестиваля есть отличная возможность узнать обо всех «подводных камнях» этого нелегкого этапа, а также применить полученные знания на практике. И все это благодаря новому направлению, которое проходит в рамках фестиваля — обучающему семинару «Школа трудоустройства». Творили и создавали проект сами студенты.

Цель данного мероприятия — помочь студентам в трудоустройстве и реализации профессиональных навыков и творческого потенциала.

Студенты-участники смогут установить контакты с представителями крупнейших PR-агентств — SPN Granat, PRomaco (Санкт-Петербург), Positive PR (Москва) и узнать требования, предъявляемые к молодым PR-специалистам в двух столицах. Перед ребятами также выступит начальник отдела по связям с общественностью Промстройбанка.

Представители рекрутингового агентства Kelly Services и Молодежного центра карьеры и трудоустройства Forward проконсультируют студентов по таким вопросам, как составление резюме, поведение на собеседовании, и т.д. Но не только «взрослые» будут учить студентов «уму-разуму». Выпускники петербургских вузов, которые успешно прошли этот «жуткий и неизведанный» для многих этап трудоустройства, тоже примут участие в семинаре. Они расскажут о реалиях рынка труда в сфере PR, рекламы и маркетинговых коммуникаций.

В ходе семинара будет проведен тренинг — моделирование ситуации трудоустройства и собеседования, результаты тренинга будут проанализированы экспертами из числа спикеров. Также будет составлена база резюме участников для последующего размещения в разделе «Карьера» на веб-сайте «Хрустального апельсина» www.crystalorange.spb.ru. Согласитесь, это хорошая возможность заявить о себе, своих знаниях, навыках, о своем потенциале, так как представленные на сайте резюме будут внимательно рассмотрены потенциальными работодателями. Главное — быть активным. Удачи!

Анна СОЛОВЬЕВА

Семинар пройдет 15 апреля 2004 года

(четверг) в ауд. 5230,

5-й корпус СПбГЭТУ «ЛЭТИ».

Время проведения:

11:00–12:30/13:00–14:30.

Дополнительная информация о событии:

(812) 234-47-40, LVazarova@mail.eltech.ru

8 (911) 911-52-15,

info@crystalorange.spb.ru

ВЗГЛЯД

«Отдаю частичку души...»

Безусловно, чтобы знать, что такое PR-фестиваль, нужно взглянуть на него изнутри. Поэтому я обратилась с вопросами к Ирине ЛЕНЬКОВОЙ, студентке 4-го курса ГФ. Она является членом оргкомитета и, как оказалось, знает о фестивале если не все, то почти все.

— Ирина, есть ли у фестиваля свои принципы, традиции?

— Традиционное для нашего фестиваля мероприятие — студенческая конференция. Ребята обсуждают волнующие их проблемы современного PR.

— Какие новации ожидаются в этом году?

— Прежде всего, в этом году к нам впервые приезжает А.Н. Чумиков — генеральный директор ЗАО «Международный пресс-клуб. Чумиков PR и консалтинг», вице-президент РАСО. Надеюсь, ему у нас понравится и его участие тоже станет хорошей традицией.

Во-вторых, в этом году мы решили провести обучающий семинар «Школа трудоустройства». Изначально он задумывался как биржа труда, но потом решили устроить просто «work-shop», чтобы студенты могли вживую увидеть, как проходит собеседование при приеме на работу. На этом тренинге будет смоделировано интервью, а результаты проанализируют эксперты из числа участников семинара. У желающих будет возможность пообщаться с представителями рекрутинговых PR-агентств, установить контакты.

— С какими трудностями сталкивается оргкомитет?

— Основных проблем две: поиск спонсоров и расселение всех гостей. Ведь с каждым годом количество участников растет. В первом фестивале участвовал 21 вуз, в этом году — 50. Это составляет половину всех вузов страны, ведущих подготовку по специальности «Связи с общественностью».

— А что лично тебе нравится в процессе организации фестиваля?

— Новые люди, новые контакты, приобретение опыта в организации мероприятий такого рода. Если честно, я планирую поступать в аспирантуру, так что надеюсь заниматься фестивалем и дальше. Я — человек коммуникабельный, мне это мероприятие интересно с точки зрения приобретения новых контактов. Я не могу оставаться равнодушной к жизни вуза, хочется отдать ЛЭТИ частичку души.

Ольга БАРЕНБАУМ

Будь активен! Пиши в «Электрик»!

Наш телефон: 346-08-71.

E-mail: elektrik@eltech.ru

Редакция: 3-й корпус, комната 3115



ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА

Профессионалы не дремлют...

Они всегда в курсе событий. Всегда активны, всегда «рвутся в бой». Специально в рамках фестиваля проходит научно-практический семинар «Public Relations — наука, образование, профессия».

В этом году на семинаре будут обсуждаться перспективы перехода на многоуровневую систему подготовки (бакалавр и магистр) по специальности «Связи с общественностью» в свете Болонского процесса. Данная проблема касается не только преподавателей и практиков, но и студентов, и будущих абитуриентов. Будет ли получение высшего образования происходить в два этапа, как изменятся образовательные программы и учебные планы, и по какой системе будут обучать профессии в будущем?

А если в перспективе появятся бакалавры и магистры в области СО, то чем они будут отличаться от «простых» специалистов?

О целях и темах предстоящей дискуссии

я расспросила декана гуманитарного факультета Ольгу Юрьевну Маркову. «Целью данного мероприятия является выявление концепции обучения по специальности СО (бакалавр/магистр). На семинаре планируется обсуждение модели образовательных программ: бакалавр по СО, магистр по СО. Будут затронуты также проблемы восприятия работодателями бакалавров и магистров на рынке труда».

Будет ли востребовано новое поколение специалистов, и каковы их квалификационные отличия от «привычных» уже специалистов по СО — эти животрепещущие вопросы, безусловно, должны быть затронуты в выступлениях на семинаре.

Руководители делегаций вузов — участников фестиваля: Н.А. Чугунцова (заведующая кафедрой истории и социальной коммуникации Кубанского государственного технологического университета), Д.К. Сабирова (декан гуманитарного факультета и

заведующая кафедрой истории и СО Казанского государственного технического университета имени А.Н.Туполева), Н.В. Миная (профессор и заведующая кафедрой иностранных языков МГУ).

Планируются выступления Д.П. Гавры (заведующий кафедрой теории и коммуникации факультета журналистики СПбГУ), А.Н. Чумикова (генеральный директор ЗАО «Международный пресс-клуб. Чумиков PR и консалтинг», вице-президент РАСО) и А.В. Силантьева (председатель учебно-методического совета по специальности СО, декан факультета международной журналистики МГИМО).

Нелегкие задачи стоят перед профессионалами, но в обсуждении проблем, в широкой дискуссии, как известно, рождаются новые подходы к проблеме образования. В том числе, в новой профессии «Связи с общественностью».

Анна СОЛОВЬЕВА