

СЕКЦИЯ 6

На кейс-сессии «**Вуз в социальной сети**» были рассмотрены вопросы: стратегии присутствия вуза в социальной сети, репутационных рисков вузов в интернете, основной целевой аудитории сайтов вузов, фальшивой рекламы в социальной сети.



– Стоит обращать внимание на конкурентов и абитуриентов, посещающих сайт вуза, делать мониторинг посещений (КРП), пользоваться статистикой группы, задаваться вопросами: «Почему падает посещаемость? О чем писать?». Пытайтесь общаться легко, на языке абитуриентов, – начала работу секции руководитель федерального образовательного проекта «Информационный поток» Юлия Харькова.

По словам руководителя SMM-агентства «Идея Нова» Артема Чучакина, люди «поколения Y» реже замечают рекламу в интернете. С большим доверием они относятся к эмоциональной рекламе. SMM – это классическая воронка, в которую люди больше не верят. Они принимают решения, читая отзывы, комментарии.

В свою очередь, PR-специалист отдела информационного обеспечения государственной молодежной политики Управления молодежной политики Администрации НСО Ирина Головкина рассказала, как вузы должны осуществлять взаимодействие в социальных сетях.

– В конкурсе репостов должны быть интересные призы, можно проводить крупные мастер-классы в своем вузе, стоит обращать внимание на особенности контента и его размещение, всегда креативить, не останавливаться на достигнутом, – отметила спикер.

Старший преподаватель кафедры рекламы и связи с общественностью ИРСО НГПУ Екатерина Поддячая обратилась к опыту крупных вузов нашей страны. По ее словам, часто позиция человека, дающего комментарий в СМИ, воспринимается как позиция вуза. Также актуальным является скорость реакции в соцсети, быстрый мониторинг контента, оставленных комментариев. Студентов и школьников нужно учить писать отзывы в интернете, напоминать им об ответственности за размещенные комментарии.

– По факту, студент является клиентом в образовательной системе, но у многих не поворачивается язык назвать студентов таковыми, – рассказывает заведующий кафедры рекламы и связи с общественностью ИРСО НГПУ Андрей Васильевич Харламов. – Когда мы начали рассказывать студентам о репутации в социальных сетях на конкретных примерах, они стали относиться к вопросу совершенно по-другому.

Автор: Елена Бредихина

СЕКЦИЯ 7

В рамках круглого стола на тему: «**Печатные и электронные вузовские СМИ: как интересно писать, снимать и «упаковывать» события**» были обсуждены такие актуальные вопросы, как подготовка журналистских кадров в условиях реального медиапроизводства, определенные интересы и потребности разноформатной целевой аудитории вузовских СМИ.



– Для подобного мероприятия формат круглого стола – самый удачный, он дает возможность не только поделиться опытом и представить свои редакции, но и вступить в диалог со студентами и абитуриентами, обсудить острые проблемы, – считает модератор секции Ирина Геннадьевна Катенёва, доцент кафедры журналистики Институт филологии, массовой информации и психологии (ИФМИП НГПУ).

За круглым столом оказались не только преподаватели, но и те, кто не так давно начал свой профессиональный путь.

– Очень хорошо, что в число спикеров вошли и студенты, которые уже работают по профессии. У них свежий взгляд и нам есть, чему у них поучиться. Мне кажется, благодаря диалогу со студентами удалось увидеть более объективную картину происходящего, – поделилась мнением доцент кафедры рекламы и связей с общественностью факультета журналистики МГУ им. Ломоносова (г. Москва) Ольга Владимировна Муронец.

Круглый стол вызвал интерес у присутствующих в аудитории, слушатели активно задавали свои вопросы и высказывали личное мнение.

– Вступая в дискуссию с людьми, которые работают в схожей сфере, гораздо проще найти решение проблем и выбрать направление дальнейшего развития. Круглый стол позволил узнать реакцию, как коллег, так и студентов, а это очень важно, – отметил директор центра информации и связей с общественностью ЮУрГУ (г. Челябинск) Дмитрий Владимирович Руденок.

– Мероприятие оказалось очень познавательным. Лично мне было интересно услышать об опыте создания конвергентных и мультимедийных редакций на базе университета, узнать какие тенденции медиаобразования актуальны для других городов, – рассказал студент 4 курса направления «Журналистика» ИФМИП НГПУ, телеведущий «ГТРК-Новосибирск» Кирилл Воробьев.

Автор:
Анастасия Шалушкова