

молоді DAAD та ERASMUS тощо. Учасники також мали можливість розповісти про впровадження Болонської системи у своїх навчальних закладах, запропонувати власний погляд на вирішення проблем.

У Сорбонській декларації (Париж, 1998 р.), яка стала основою для Болонських домовленостей, зафіксовано: необхідно "дати нашим студентам і нашому суспільству таку систему вищої освіти, щоб вони мали можливість шукати і знаходити свою особисту сферу для застосування вмінь". Можливість навчатися в європейських університетах відкриває молоді дорогу до освітніх ресурсів і культурних особливостей різних країн. Якщо подивитися на мобільність студентів країн Євросоюзу – вдома їм не сидиться. Україна поки-що приваблює як країна екзотична, хоча навчальна база й освіта у нас ґрунтовні – тож іноземцям є чого повчитися. Оскільки Болонська система покликана створити до 2010 року єдиний європейський освітній та науковий простір – крива мобільності студентів імовірно поповзе догори.

У рамках конференції відбулися зустрічі з представниками різних міжнародних студентських організацій (AEGEE, BEST, AESEC, ESIB та ін.), які своєю місією вважають покращення організації освіти. AEGEE – одна з найбільших таких організацій в Європі. Її членами є близько 17000 студентів. Тож першим у 2007 р. і дуже впевненим кроком AEGEE в інтеграції країн та різних рівнів освіти стало проведення цієї конференції.

Якунінв Н.А.

Харківський національний економічний університет

Інформаційна робота та PR в діяльності органу студентського самоврядування

Перш за все треба визначити, що і інформаційна робота, і PR направлені на підтримку іміджу організації, тому треба визначити що ми можемо використовувати, а що – ні, бо позитивний імідж – одна з головних ознак роботи органу студентського самоврядування.

Найлегший спосіб донесення інформації до цільової аудиторії – e-mail-розсилка. Тобто все, що вам потрібно знати –

це електрону адресу. Якщо ви прагнете зробити масштабну розсилку, то тоді потрібно звернути увагу на Google-групи, куди можна підключити безліч електронних адрес і інформувати їх стосовно вашої діяльності або заходів. В мережі інтернет обов'язково повинен бути сайт вашої організації. Це дає вам змогу не лише інформувати, а й долучати до своєї діяльності, зазначаючи пріоритети роботи, залишаючи контактну інформацію. Сайт не повинен бути перевантажений рекламою, непотрібною інформацією, повинен мати легке керування та мати інформацію, яку б було цікаво читати. Прикладом такого сайту може виступати www.studrada.info.

Щодо інформації, «яку цікаво читати», це стосується не лише сайтів та розсилок, а ще й інформаційних листів, публікацій та реклами, яку ви робите своїм заходам. Інформація має бути стисло викладена, написана НЕ у формі звіту, бажано щоб містила в собі графічні матеріали (фото, графіки, малюнки).

Одним з недоліків роботи інформаційної служби органу студентського самоврядування є не написання або невчасне розміщення прес-релізів. Про них в жодному разі не потрібно забувати, так як прес-реліз має в собі всю необхідну інформацію і людині легше визначитись на скільки їй цікавий запропонований вами захід.

Якщо говорити безпосередньо про PR, то він не можливий без результатів діяльності. Організація повинна визначити сферу, в якій вона є профі і це буде найкращим PRом в разі, якщо члени організації будуть ділитися досвідом з іншими. Участь організації в конференціях, круглих столах, форумах, тощо є найкращим піаром. Ви починаєте існувати для інших організацій, бо вони вас бачать, спілкуються з вами і ніякі інтернет-ресурси не в змозі так розповісти про вашу діяльність, як ви самі.

Що стосовно внутрішнього PR, то вже наразі ми бачимо, що плакати, листівки та інша друкована продукція не приносить тих результатів, які ми на них покладаємо. Тому слід подумати над впровадженням радіо у вашому ВНЗ. Тим більше, що звукова інформація сприймається набагато краще друкованою.

Тепер поговоримо про те, що використовувати не можливо. Якщо ви хочете зберегти позитивний імідж своєї організації, то ніколи не використовуйте в своїх розсилках інформацію, яка не буде цікава вашій цільовій аудиторії або комерційну рекламу в будь-якому вигляді. Врешті-решт це призведе до того, що листи з

вашої розсилки будуть видаляти не читаючи, а це вам не потрібно.

Заявити про свій орган студентського самоврядування можна, провівши якийсь гучний захід. Наприклад флеш моб, або рекламну кампанію, використовуючи всі засоби масової інформації університету.

І, напевно найголовніше, ви повинні самі для себе визначити формат своєї діяльності і інформаційної політики. Все вищезазначене має дуже тісний взаємозв'язок і повинно використовуватися комплексно.