

**Выявление требований и оценка
удовлетворённости работодателей**

**Продвижение
образовательных услуг**



Дмитриева Наталья Владимировна

□ кандидат экономических наук

тема диссертации – «Комплексная оценка конкурентной позиции вуза (на отдельном сегменте рынка образовательных услуг)»

□ доцент кафедры маркетинга и рекламы

Кемеровского Института Российского государственного торгово-экономического университета (РГТЭУ)

□ эксперт центра менеджмента качества

Кеми РГТЭУ

(маркетинговая деятельность в системе менеджмента качества (СМК) образовательного учреждения)

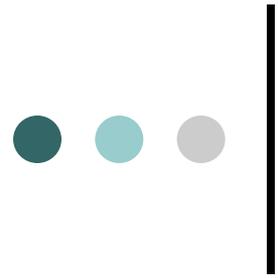
□ dmitrievanv@yandex.ru



План



- Маркетинг и его основные инструменты в деятельности ОУ
- Выявление требований работодателей: направления и методы
- Оценка удовлетворённости работодателей
- Имидж и позиционирование ОУ
- Средства и методы продвижения ОУ
- Эффективное коммуникационное обращение



Маркетинг и его основные инструменты в деятельности ОУ



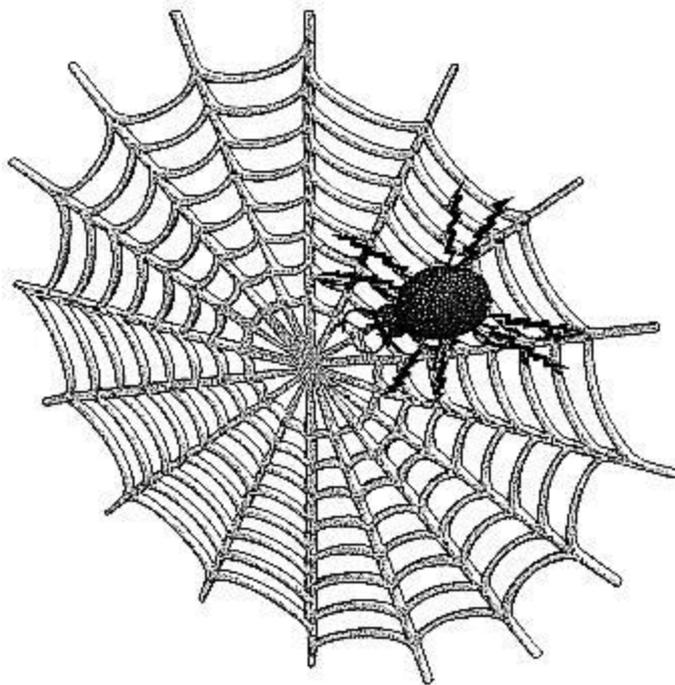
Что такое маркетинг?



Более 2000 определений



В паутине маркетинга

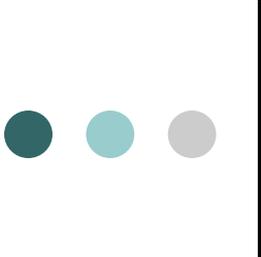




Маркетинг – действие на рынке, рыночная деятельность, рынкоделание.

Буквальный перевод с английского





Маркетинг - это вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена.

Котлер Ф. Основы маркетинга

Маркетинг – система управления производственно-сбытовой деятельностью организации, направленная на получение приемлемой величины прибыли посредством учета и активного влияния на рыночные условия

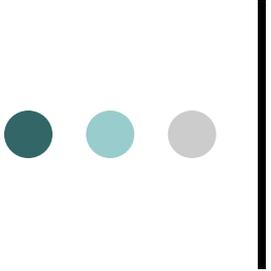
Е.П. Голубков

Программа «Руководитель в условиях рынка»



Маркетинг – прибыльное решение
проблем клиентов

*Рэндалл Чэпмен,
Автор книги «Бренды: Игра в маркетинг»*



Цель маркетинга — сделать усилия по сбыту ненужными. Его цель — так хорошо познать и понять клиента, что товар или услуга будут точно подходить последнему и продавать себя сами.

П. Друкер



ОСНОВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА

Исследование и анализ рынка

Сегментирование рынка

Позиционирование образовательного учреждения

Стратегическое маркетинговое планирование

Оперативное планирование комплекса маркетинга:

- Product (услуга)
- Price (цена)
- Place (место, сбыт)
- Promotion (продвижение)

Контроль



Выявление требований работодателей: направления и методы

Первый шаг в маркетинге – исследование рынка,
маркетинговой среды



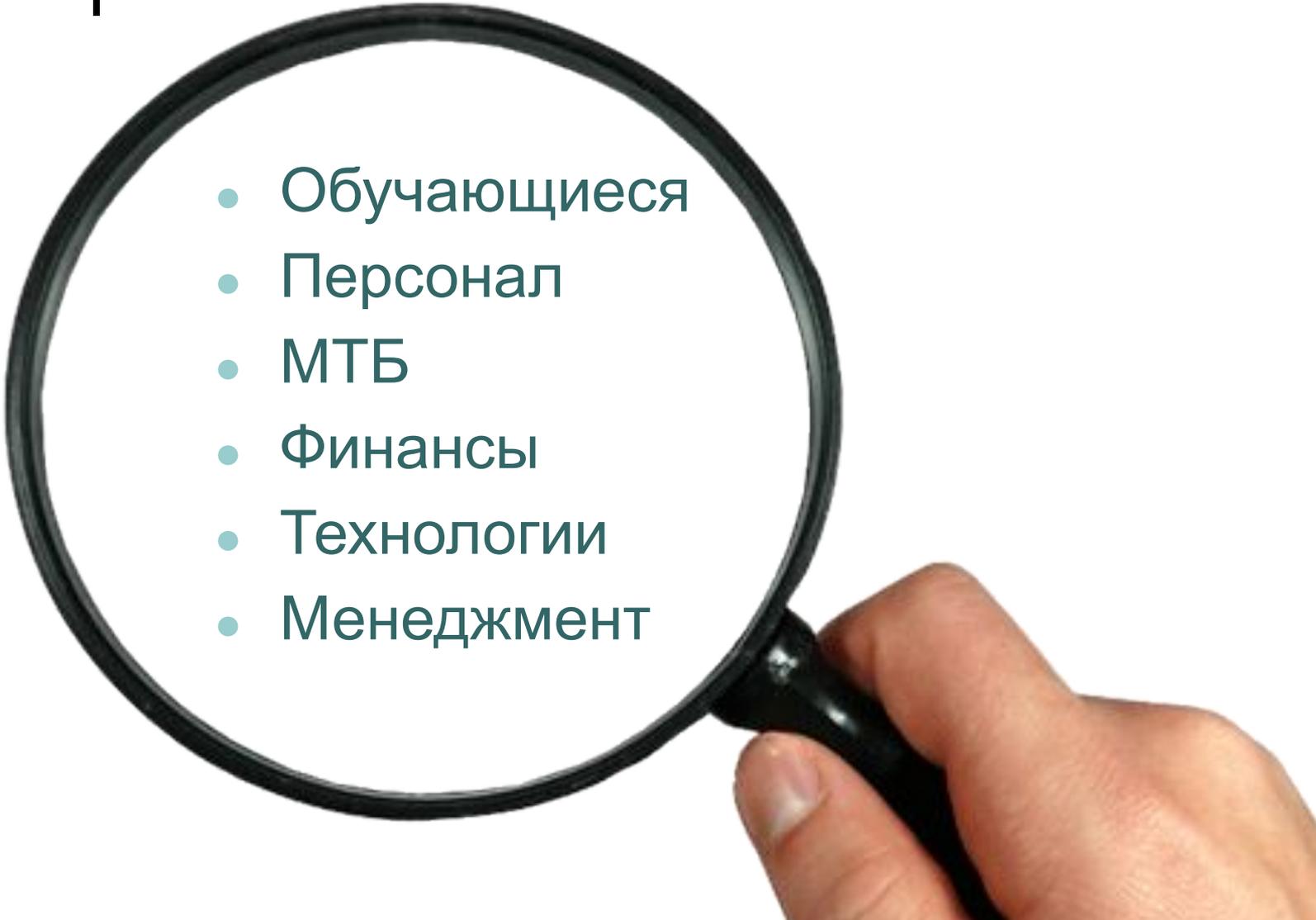


Микровнешняя среда

- Потребители
- Поставщики
- Посредники
- Конкуренты
- Деловые партнёры
- Контактные аудитории



Элементы внутренней среды

- 
- Обучающиеся
 - Персонал
 - МТБ
 - Финансы
 - Технологии
 - Менеджмент



Источники информации

информация

первичная

вторичная

Источники первичной информации

- Работодатели
- Обучающиеся
- Эксперты



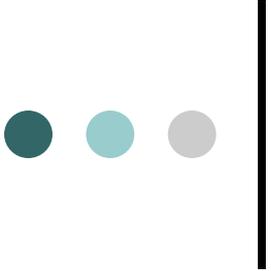


Достоинства первичной информации:

- данные собираются в соответствии с точными целями исследовательской задачи
- методология сбора данных контролируется, все результаты доступны для предприятия и могут быть засекречены

Недостатки:

- значительные затраты материальных и трудовых ресурсов



Источники вторичной информации

- СМИ (газеты, журналы, ТВ, радио)
- Интернет (сайты конкурентов, сайты компаний-работодателей, сайты кадровых агентств и пр.)
- Результаты внутренней отчетности
- Отзывы и характеристики работодателей о студентах



Достоинства вторичной информации

- небольшая стоимость работ, поскольку не нужен сбор новых данных;
- быстрота сбора материала;
- наличие нескольких источников информации;
- достоверность информации от независимых источников;
- возможность предварительного анализа проблемы.

Вторичная информация по требованиям работодателей



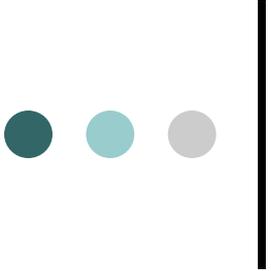
Кузбасский союз работодателей
<http://www.ksr-rspp.ru/struct/>

Спрос на рабочую силу – мнение
работодателей

<http://www.hse.ru/data/2011/08/02/1214862314/infbul19.pdf>

РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО УЧЕТУ ТРЕБОВАНИЙ РАБОТОДАТЕЛЕЙ
К ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ
КВАЛИФИКАЦИЯМ РАБОТНИКОВ ПРИ
РАЗРАБОТКЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ

□ <http://www.mirkin.ru/docs/econifin/trebovaniya.pdf>



Недостатки:

- не всегда подходит для целей проводимого исследования в силу общего характера;
- информация может быть устаревшей;
- методология, по которой собраны данные, может быть несоответствующей целям настоящего исследования.

Основные методы маркетинговых исследований

Кабинетные
(вторичная
информация)

Полевые
(первичная информация)

Опрос

Эксперимент

Наблюдение

Телефонный опрос: требования

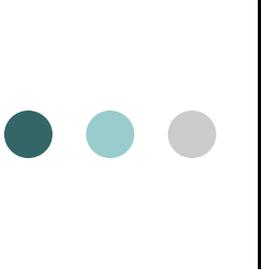
- разработка специального инструмента, включающего опросник, кодировочные листы, обстоятельную инструкцию интервьюерам
- особая подготовка, в том числе, специальный тренинг телефонных интервьюеров



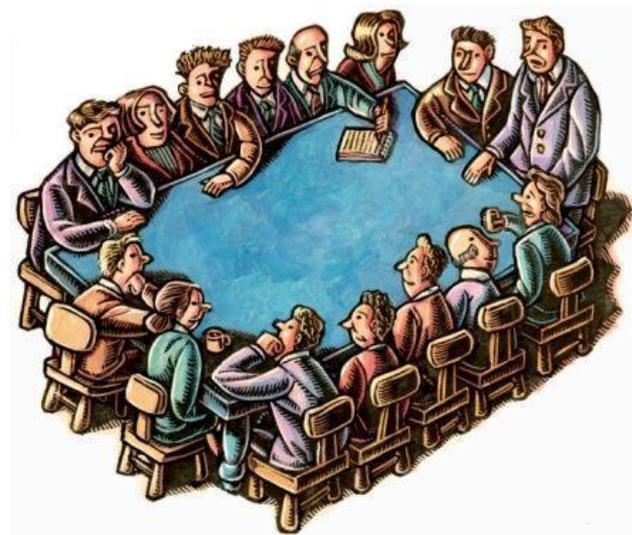
Телефонный опрос: требования

- время проведения не более 5 – 7, максимум - 10 минут.
- все вопросы должны быть закрытыми (когда предложены варианты ответов), в крайнем случае – полужакрытыми (предложена часть вариантов ответов).



- 
- **Глубинные интервью** – это **неструктурированное личное интервью** с респондентом для определения его основных мотивов, убеждений, чувств и отношения к изучаемой теме.
 - Глубинное интервью длительностью от получаса до полутора часов проводится один на один. Ход интервью записывается на аудио- или видеопленку.
 - Несмотря на то что интервьюер придерживается **заранее разработанного сценария** (гайда) интервью, он активно реагирует на ответы респондента, задает уточняющие вопросы.
 - Чтобы полноценно раскрыть определенную тему среди представителей одной целевой группы, обычно проводится не менее 6-8 глубинных интервью.

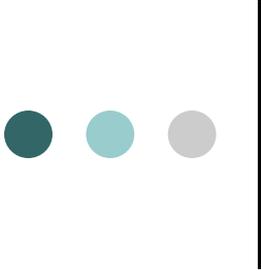
- **Фокус-группа** - дискуссия направляемая модератором, каждый собеседник остается открытым для мыслей другого и предоставляет свои соображения на суд остальных.
- Численность от **8 до 12 человек**
- Проводя фокус-группы, необходимо добиться того, чтобы был представлен **широкий спектр точек зрения**. Это возможно только при проведении нескольких фокус-групп.
- Срок работы фокус-группы - **от полутора до двух часов**
- **Модератору** принадлежит **ключевая роль** в фокус-группе.



Подготовка фокус-группы

- Шаг 1: Поставьте цель проведения фокус группы.
- Шаг 2: Составьте распорядок работы.





Подготовка фокус-группы: распорядок работы

- Отбор участников - 6-8 недель до начала мероприятия.
- Приглашение участников - 6-8 недель до начала мероприятия.
- Отбор координатора - 4-5 недель до начала мероприятия.
- Подготовка вопросов - 4-5 недель до начала мероприятия.
- Подготовка сценария - 4-5 недель до начала мероприятия.
- Подготовка места проведения мероприятия - 4 недели до начала мероприятия.
- Рассылка приглашений - 4-5 недель до начала мероприятия.
- Подтверждение участия - 2 недели до начала мероприятия.
- Подготовка помещения - 1 неделя до начала мероприятия.
- Рассылка напоминания о мероприятии - 2 дня до начала мероприятия.
- Подготовка дополнительных материалов для мероприятия - 2 дня до начала мероприятия.
- Проведение мероприятия -
- Рассылка писем благодарности - через 2 дня после проведения мероприятия
- Обработка записей - через 2 дня после проведения мероприятия.
- Подготовка заключения и рассылка результатов участникам - через 1 неделю.
- Подготовка отчета - после обработки всей полученной информации.

Подготовка фокус-группы

- Шаг №3: Отбор и приглашение участников
- Шаг №4: Составление вопросов
- Шаг №5: Подготовка сценария
- Шаг №6: Выбор координатора



Подготовка фокус-группы

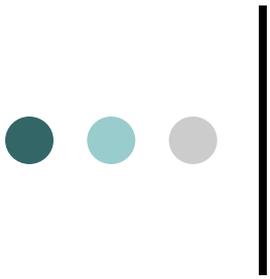
- Шаг №7: выбор места проведения фокус группы.
- Шаг №8: Проведение фокус группы
- Шаг№9: Интерпретация и отчет по результатам
- Шаг №10: Последействие



Подготовка фокус-группы

- Шаг 1: Поставьте цель проведения фокус группы.
- Шаг 2: Составьте распорядок работы.



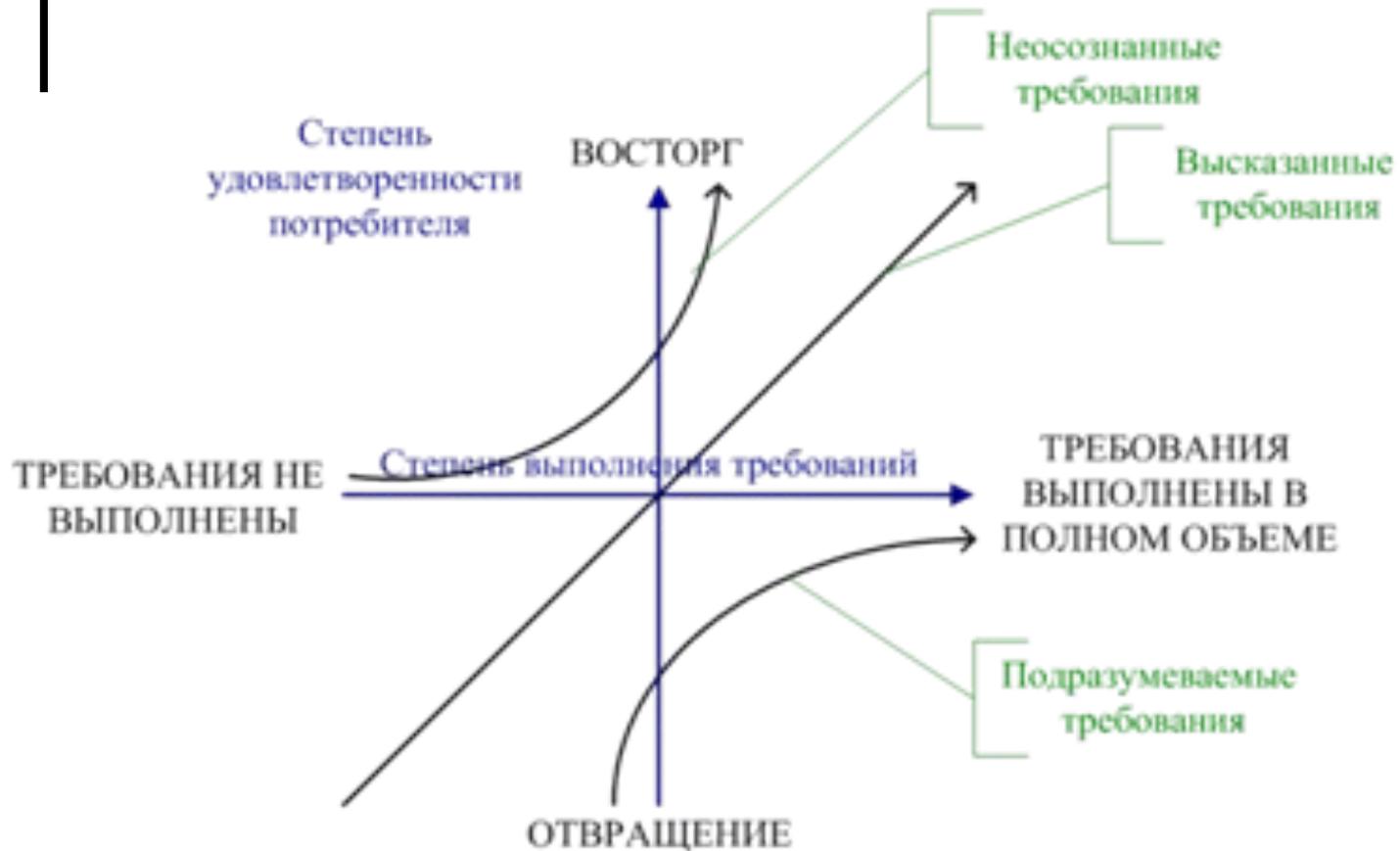


Оценка удовлетворённости работодателей

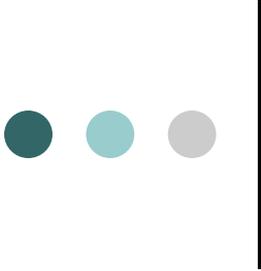
Качество – это соответствие характеристик услуги требованиям потребителя



Зависимость между степенью удовлетворенности потребителя и степенью выполнения требований

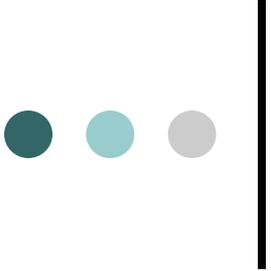


Невыполнение неосознанных требований не может привести к неудовлетворенности заказчика. С другой стороны их выполнение очень резко меняет степень удовлетворенности потребителя, приближая ее к восторгу.



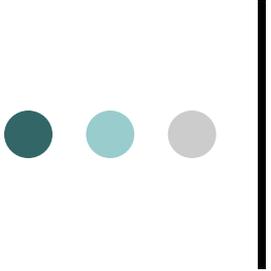
Алгоритм оценки требований и удовлетворённости работодателей

1. Формулирование и определение **перечня требований** путём качественных исследований (анализ вторичной информации, глубинные интервью, фокус-группы)
2. Определение **важности требований** путём количественных исследований (шкалирование, ранжирование в ходе анкетирования)
3. Определение **степени выполнения требований**, т.е. оценка удовлетворённости (анкетирование, интервью, фокус-группы)



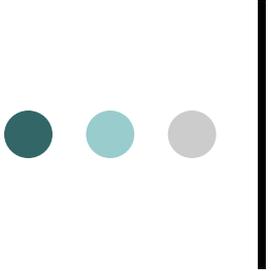
Точность результатов оценки определяется преимущественно двумя факторами:

- **правильностью задаваемых вопросов;**
- **правильностью выбора респондентов.**



Уважаемые работодатели!

1. Укажите товарооборот вашего предприятия.
2. Являетесь ли Вы активным или пассивным сторонником практики студентов на вашем предприятии?
3. Хорошо ли Вы относитесь к студентам?
4. Как много времени Вы готовы потратить на обучение студентов?
 - Много
 - Немного
 - Не знаю
5. Считаете ли Вы, что навыки делопроизводства могут пригодиться при поиске работы и трудоустройстве?
6. Правильно ли лишать учащихся возможности получения информации и выбора будущего места практики?
7. По каким профессиям Вы хотели бы взять студентов на практику?
 - Кассир
 - Водитель
 - Продавец



Требования к анкете

1. Обладают ли респонденты знаниями?
2. Понятны ли им вопросы?
3. Верны ли формулировки вопросов?
4. Как оформлена анкета?



шрифт



преамбула



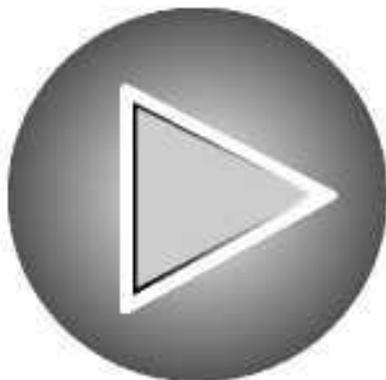
инструкции по заполнению



разбивка на разделы

5. Есть ли шкалы градации ответов?

Пример оценочной анкеты



Позвольте поблагодарить Вас за участие в нашем мероприятии. Eventum стремится стать лучшей компанией на рынке семинаров и конференций. Ваши отзывы и комментарии необходимы, чтобы сделать процесс проведения мероприятий более качественным. Выделите или обведите, пожалуйста, нужную цифру.

Оправдала ли конференция Ваши ожидания?
Оцените мероприятие В ЦЕЛОМ

← плохо, бесполезно					очень полезно, отлично →				
1		2		3		4		5	
<input type="checkbox"/>									

Комментарии, отзыв:

← плохо		ПРОФЕССИОНАЛИЗМ ДОКЛАДЧИКОВ										отлично →		
1		2			3			4			5			

← Кто был худшим?					Кто был лучшим →				
1					1				
2					2				

← Слишком узкие		ВОПРОСЫ КОНФЕРЕНЦИИ										Слишком общие →		
1		2			3			4			5			

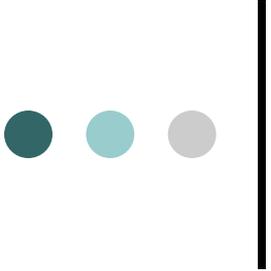
← плохо		ОРГАНИЗАЦИЯ КОНФЕРЕНЦИИ										отлично →		
1		2			3			4			5			

КАК ВЫ УЗНАЛИ О КОНФЕРЕНЦИИ?														
Буклет			Интернет / e-mail			Факс			От партнеров			Реклама		

Посоветуйте, пожалуйста, тему конференции, которую Вы оцениваете как актуальную

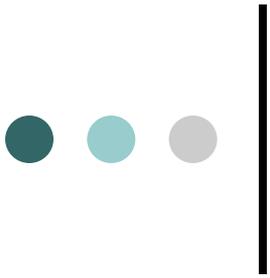
- Нет! РЕКОМЕНДУЕТЕ ЛИ ВЫ КОНФЕРЕНЦИЮ ДРУГИМ? Да!
- Нет! ХОТИТЕ ЛИ ВЫ ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ В СЛЕДУЮЩИЙ РАЗ? Да!
- Нет! ПОМОЖЕТ ЛИ УЧАСТИЕ В КОНФЕРЕНЦИИ ВАМ В РАБОТЕ? Да!
- Нет! ХОТЕЛИ ЛИ БЫ ВЫ ПРОДОЛЖИТЬ СОТРУДНИЧЕСТВО С EVENTUM? Да!

Нам было приятно работать с Вами, и мы обязательно учтем Ваши рекомендации. Оставьте эту анкету на регистрации или отправьте нам по факсу (495) 785 8447. Мы гарантируем конфиденциальность Вашего отзыва. Спасибо!



Работа с результатами

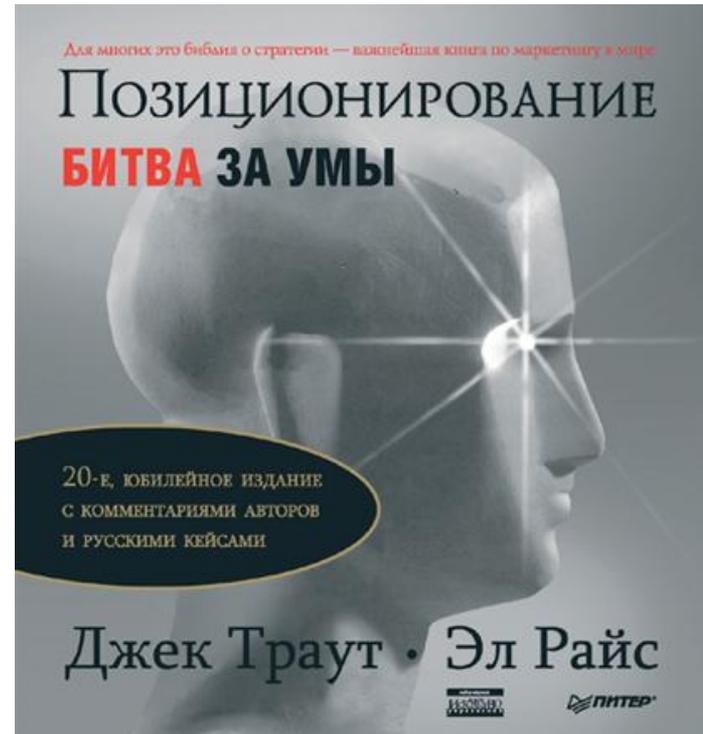
- представление окончательных результатов руководству организации;
- информирование **работодателей, персонала и обучающихся** о результатах исследования;
- действия по совершенствованию деятельности организации;
- информирование о предпринятых действиях.



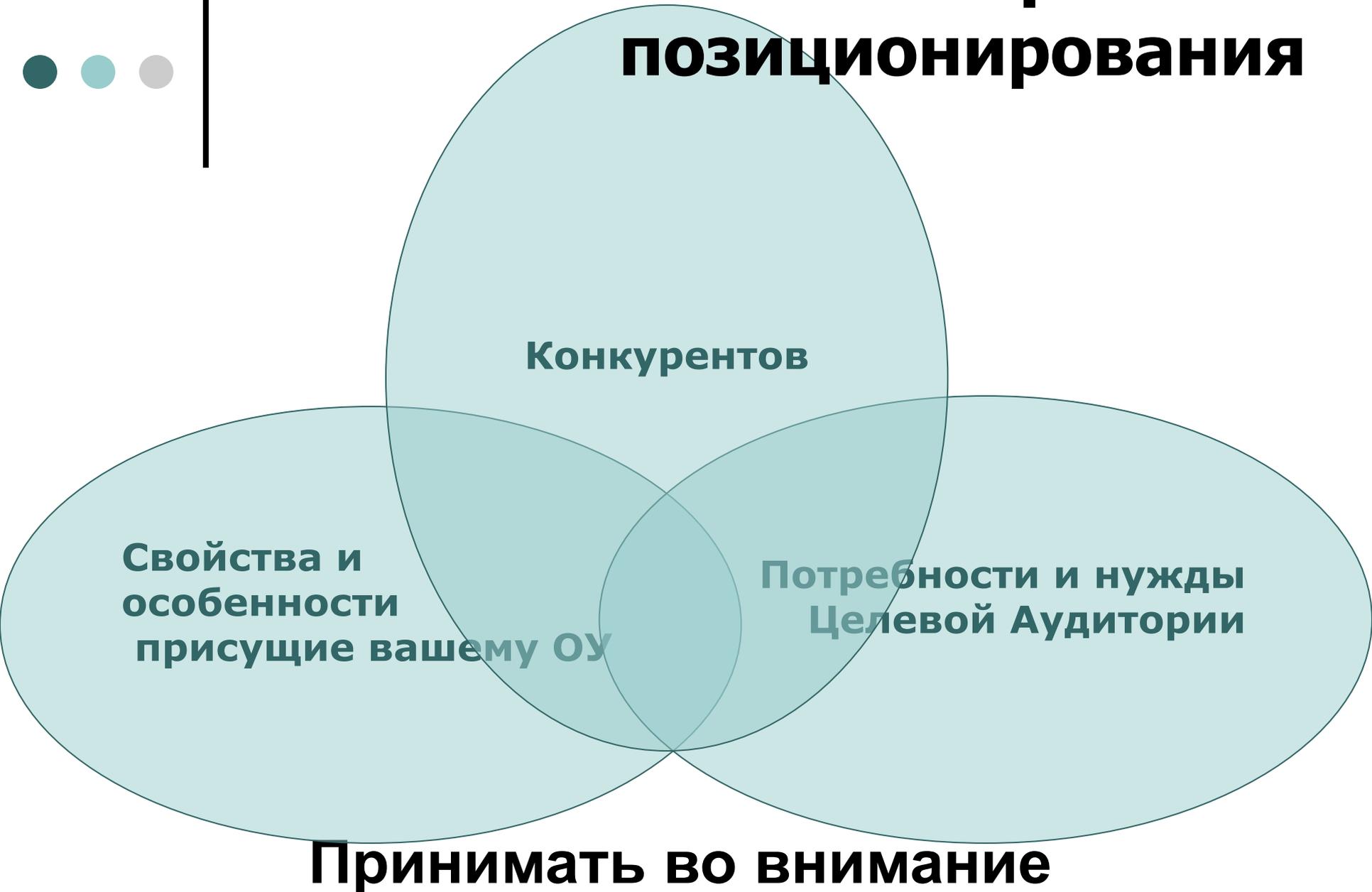
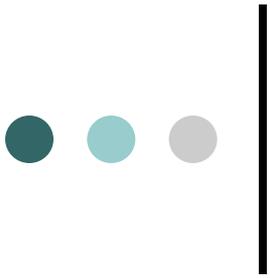
Продвижение образовательных услуг

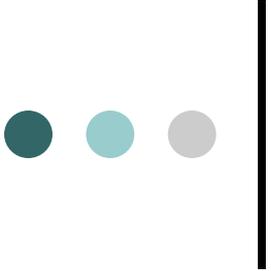
Позиционирование

Создание образа товара (услуги, компании) в сознании потребителей, отличающего данный товар от его аналогов на рынке.



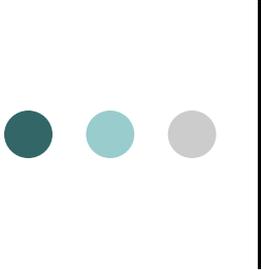
Разработка позиционирования





Основания для позиционирования

- Цена, доступность
- Широта ассортимента
- Место происхождения, год рождения
- Компонент, атрибут, свойства услуги
- **Ориентация на определённый сегмент**
- **Узкая специализация**
- **Обстоятельства потребления услуги**
- **Персонаж**



Тюменский государственный колледж связи, информатики и управления



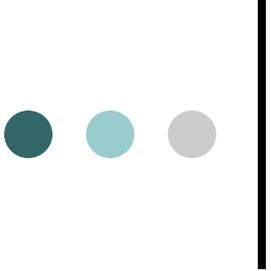
Престижные современные
профессии.

Только лучшие студенты.

Будущее нашего
города.



Червишевский тракт, 13
Тел: (3452) 368-144, 368-142
E-mail: college@tmn.ru



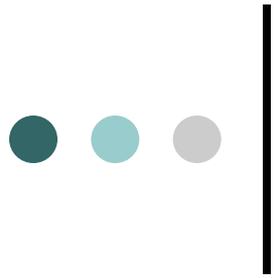
Требования к позиционированию

1. Простота
2. Коммуникационная уникальность
3. Значимость с точки зрения потребительских стереотипов
4. Доказуемость
5. Потенциальная долгосрочность



Лебедь, Щука и Рак

Когда в товарищах согласья нет,
На лад их дело не пойдёт,
И выйдет из него не дело, только мука.
Однажды Лебедь, Рак да Щука
Везти с поклажей (**бренд**) взялись
И вместе трое все в него впряглись;
Из кожи лезут вон, а (**бренду**) всё нет ходу!
Поклажа бы для них казалась и легка:
Да Лебедь рвётся в облака,
Рак пятится назад, а Щука тянет в воду.
Кто виноват из них, кто прав — судить не нам;
Да только (**бренд**) и ныне там.



Средства и методы продвижения ОУ

КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА (4P)

Товар
(Product)

Цена
(Price)

Распределение
(Place)

Продвижение
(Promotion)

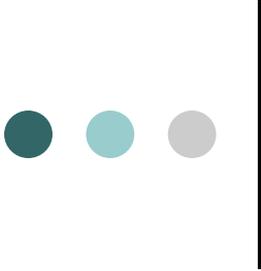
Комплекс маркетинговых коммуникаций (комплекс продвижения) - это совокупность воздействий на рынок, которые осуществляет производитель через систему коммуникаций с целью решения маркетинговых задач

Реклама

**Стимулирование
сбыта**

**Прямой
маркетинг**

**Паблик
рилейшнз**



ИМК – интегрированные маркетинговые коммуникации

ИМК направлены на достижение
синергетического эффекта.

Смысл состоит в том, что
согласованное использование
различных инструментов коммуникаций
позволяет добиться более высокого
общего результата, чем раздельное.

САОВС
АВИАКАССЫ
Резервация с 09.08 по 31.09

Кемерово - Москва - Кемерово - 1000 руб.
ЗАКАЗ - БРОНИРОВАНИЕ - ДОСТАВКА
* КРЕДИТ НА МЕСТЕ
* ОБСЛУЖИВАНИЕ БАНКОВСКИМ КАРТ

пр. Ленина, 59, 35-44-96, 35-45-11, 52-06-23
ул. Красноярская, 132, 36-45-78, 36-98-98

ТУРАГЕНТСТВО
из Москвы: отдых в любой стране
Бронирование гостиниц
из Новосибирска: Китай, Турция,
Болгария, Египет, Тунис, Испания,
Италия, Хорватия, Белокуриха,
Горный Алтай
Санатории Новосибирской области

На летние туры - СКИДКИ!!!

Парадайз
ТРЦ
т. 360-120

Турция из Кемерово от 800\$
из Новосибирска:
Хорватия от 1200\$
Испания от 1080\$
Индия от 710\$
Италия от 1050\$
Тунис от 1099\$
Болгария от 752\$

Туры на все направления!!!
г. Кемерово, ул. 50 лет Октября, 30

Бюро путешествий
Дефорт
Наша путевка -
гарантия вашего отдыха!!!

Турция из КЕМЕРОВО с 07.06. еженедельно
Боинг 757 - от 863\$
из Новосибирска: Турция, Испания, Италия, Тунис,
Болгария, Хорватия, ОАЭ, Египет, Китай
из Москвы - все многообразие стран и туров
Отдых и лечение в России и на курортах Европы

СКИДКИ ПОСТОЯННЫМ
КЛИЕНТАМ!!!
КРЕДИТ ЗА 30 МИНУТ!!!

Авиабилеты
г. Кемерово, ул. Красная, 16
т.: 58-06-34, 58-13-41 - туризм,
58-52-86, авиакасса

из Кемерово:
Турция, Горный Алтай, Белокуриха, Сочи,
детские лагеря НСО

из Новосибирска:
Болгария, Турция, Испания, Тунис, Китай,
ОАЭ, оз. Иссык-Куль

из Москвы:
Египет, Чехия, Италия, Франция, Израиль,
Греция, Черногория, Хорватия

Авиабилеты на все направления!!!
от Москвы, 89
34-11-54

**АГЕНТСТВО ВОЗДУШНЫХ
СООБЩЕНИЙ**
Авиабилеты на все направления

Кемерово - Сочи - Кемерово от 13500 руб.
Кемерово - Анапа - Кемерово от 15000 руб.

Телефоны: 36-22-00, 35-09-99, 74-75-55
г. Кемерово, пр. Ленина, 22.

"СИБИРСКИЙ МИР"
ЗАРУБЕЖНЫЙ ОТДЫХ - т. 36-91-99
РОССИЙСКИЙ ОТДЫХ - т. 36-22-33
АВИАКАССА - т. 36-22-33
ДЕТСКИЕ ГРУППЫ - т. 36-61-71

Отличный отдых
по разумным ценам!
ул. Ногарская, 3, оф. 48

Туристическое агентство
Свидет-тур
пр. Ленина 59 оф. 8 т/ф 58-62-39, 35-45-28
8-905-917-3545

Отдых для детей и молодежи
АЗОВСКОЕ МОРЕ - 8500+ж/д
ЧЁРНОЕ МОРЕ - 12200+ж/д
ОБСКОЕ МОРЕ - 9500руб.
ТУНИС - 31700руб.
БОЛГАРИЯ - 18300+ж/д
ТУРЦИЯ - 1300\$
КРЫМ (старше 17лет) - 23500руб.

СОЧИ, АНАПА
КАМИН. ВОДЫ
БЕЛОКУРИХА
ГОРНЫЙ АЛТАЙ
САНАТОРИИ НСО
ТУРЫ ЗА РУБЕЖ

Туристическое агентство
ИНТУРСТА
ул. Ногарская, 3, оф. 48
ул. Ногарская, 3, оф. 48

ПЛАНЕТА
С ПЛАНЕТОЙ по всему миру!
Специализация по СНГ и Азии
ул. Ногарская, 3, оф. 48

**КЕМЕРОВСКОЕ
БЮРО ПУТЕШЕСТВИЙ**
из Новосибирска: Турция, Египет,
Испания, Италия, Болгария
из Москвы: Автобусные туры по Европе
и разнообразие туров в разные страны
Открыты прямые туры на лето
с отдыхом на Горном Алтае и Широким
Черном море: Россия и Украина
Лечение: "Раскаты над Бивер", Белокуриха
(все санатории), Каминидовы, Чехия
Знаменитые туры: Москва, Санкт-Петербург
из Байкал: Золотое кольцо России
Знаменитые города: "Куда пойти учиться"
Торгод над Томью, "Визитеры Кемерово"
Школьные туры для групп по России

т. 25-72-55, 25-46-88 ул. Ногарская, 34

ВЕЛЛ
пляжного
ОТДЫХА

Новый офис на Волгоградской, 17-
скидка 5%
из Москвы/Новосибирска/Кемерово:
Турция - 305/900/1100
Испания - 355/860, Болгария - 200/650
Италия/Индия/Израиль - 820/999, Греция.

Требуется менеджер. Опыт.

АВИАКАССА
К-М-К 8960 руб.
Ногарская, 19А
25-88-87, 25-04-51
Волгоградская, 17
35-10-30
www.well.ru

Круиз
14 лет с вами!
ул. Шестакова, 6, оф. 218
т. 34-88-37, 33-26-14

из Кемерово: АНТАЛИЯ, круизы по Оби
Отдых и лечение в санаториях.
Школьным: Черноморское побережье,
Анапа, Сочи, Геленджик, Туапсе
Горная Широта - скидка 5%, Иссык-Куль
из НОВОСИБИРСКА: ТАИЛАНД, ОАЭ,
КИТАЙ, МАЛАЙЗИЯ, о. БАЛИ
из МОСКВЫ: ЕГИПЕТ, все страны мира,
автобусные туры по Европе, шоп-туры
Шоп-тур в МАНЬЧЖУНЬ - 12500 р.
За раннее бронирование - скидки,
кредит, визы, авиабилеты

Туризм
Образование
Бизнес
ЭКСКЛЮЗИВ
г. Кемерово,
ул. Весенняя, 20 (гостиница "Кузбасс"), 1 этаж
тел.: (3842) 25-12-73, 25-90-46
www.exclusive-sib.ru

ОТДЫХАЙ-ЗАГОРАЙ!!!
ПАЛАТОЧНЫЙ ГОРОДОК
озеро Белё (Хакасия)
89138408314, 89134445161, 89234991390

ВЫСОКИЙ СЕЗОН
Из Кемерово,
Новосибирска и Москвы
**ТУРЦИЯ, ХОРВАТИЯ
ЧЕРНОГОРИЯ, ТУНИС
РОССИЯ (МОРЕ)**
т. 25-19-52 ул. Мишурина, 13, оф. 311

Туристическое агентство
Океан-тур
Отдых, экскурсии и лечение
в России и за рубежом
Детские группы

т. 25-77-44, 333-106
ул. Дзержинского, 14, оф. 301

ТУРИСТИЧЕСКОЕ АГЕНТСТВО
Россия, г. Кемерово, ул. Красноярская, 136-536
тел/факс: (384-2) 58-25-23
E-mail: midas-tur@mail.ru

из Новосибирска:
Испания, Тунис, Турция,
ОАЭ, Китай, Болгария,
Египет

из Москвы:
Греция (отдых на море
и шуб-туры), Автобусные
туры по Европе

Детский отдых в Крыму,
Анапе и Греции

ул. Арочная, 41 оф. 201
т. 58-61-20

Страна "Путешествие"
Отдых в России:
Сочи, Анапа, Геленджик,
Белокуриха, Новосибирская
обл., Горный Алтай, озеро
Шира, Кемеровская обл.,
детский отдых, Чкаловец

Отдых за рубежом:
Турция из Кемерово
скидка 5%
из Новосибирска:
Болгария
Египет
Испания

Туристическое агентство
Волга-Тур
пр. Ленина 59 оф. 8 т/ф 58-62-39, 35-45-28
8-905-917-3545

Отдых для детей и молодежи
АЗОВСКОЕ МОРЕ - 8500+ж/д
ЧЁРНОЕ МОРЕ - 12200+ж/д
ОБСКОЕ МОРЕ - 9500руб.
ТУНИС - 31700руб.
БОЛГАРИЯ - 18300+ж/д
ТУРЦИЯ - 1300\$
КРЫМ (старше 17лет) - 23500руб.

СОЧИ, АНАПА
КАМИН. ВОДЫ
БЕЛОКУРИХА
ГОРНЫЙ АЛТАЙ
САНАТОРИИ НСО
ТУРЫ ЗА РУБЕЖ

В Кемерово
сеть магазинов
ГОРЯЩИХ
путевок
Турция
из Кемерово Вам позавидуют
попутчики!

25-77-40

туристическое агентство
VIVAT-TRAVEL
Турция из Кемерово!
Туры на море:
Испания, Хорватия, Тунис,
Египет, Черногория, Камары,
Крым - Сочи - Анапа
Знаменитые туры:
АВТОБУСНЫЕ И АВИАТУРЫ ПО ЕВРОПЕ
САНАТОРИИ И КУРОРТЫ
БЕЛОКУРИХА, КАМИНИДОВЫ, о. ШИРА
санатории НОВОСИБИРСКА

п.р. ЛЕНИНА, 51
т. 21-33-33, 21-29-10

RANGE
ТУР
Лыжные туры 0303897 елькин 07.08.08

с НАМИ ТОЛЬКО
ДРУЖИЕ
ВЛЕЧАТЕЛЬНО!

ТУРЦИЯ
со 02.06 (14 дней)
АНТАЛИЯ из Кемерово
из Новосибирска с 10.06 (14 дней)
Мрамарис из Новосибирска с 14.06 (14 дней)

Из Новосибирска:
БОЛГАРИЯ с 13.06 (15 дней)
ИСПАНИЯ с 09.06 (14 дней)
ЕГИПЕТ последний рейс 8 июня
ТУНИС с 30 мая (14-15 дней)

ул. 50 лет Октября, 12А-119 ☎ 335-655

Мироза в Краснодаре
Отдых с семьей, с друзьями, шашлык.
Организованные группы.
Возможность готовить самим.
Активный и банкетный туры.
Спортивные площадки, мангалы, сауна,
кружки по интересам, бар
8-905-917-3545
ул. Дзержинского, 32-70-42, 32-71-46
Телефоны: 8-960-906-9214, 8-905-055-0303

АВИАКАССА
Россия, г. Кемерово - 14135 р.
Кемерово - Анапа - Кемерово - 14135 р.
Кемерово - Москва - 4835 р.
Кемерово - Москва - Сочи - Москва -
доставка авиабилетов - 12700 р.
КРАСНАЯ 5, справки по тел. 76-88-10

Любите ли вы отдыхать
для семейного, молодежного, детского отдыха
в любой точке мира!

Кемерово
пр. Ленина 48
телеф.: 58-10-09
тел.: 33-60-95
Авиакасса: 36-61-30
Справочная: 49-69-69
ул. Толстоплятов, 7
телеф.: 57-16-32,
телеф.: 8-905-909-44-44

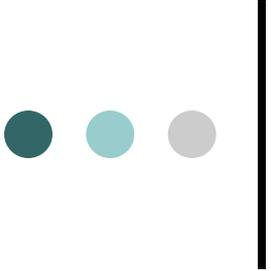
МАМАМ-ОУРС
Банно-развлекательный комплекс
БАНЯ РУССКАЯ С ВЕНИКОМ
САУНА С АРОМАТАМИ
ул. Толстоплятов, 7
телеф.: 57-16-32,
телеф.: 8-905-909-44-44

ВАРАТВИ
Шел. 588-680
Тунис
из Новосибирска от 1129\$
из Москвы от 455\$

ТУРИСТИЧЕСКОЕ
АГЕНТСТВО
"АТЛАНТИК-ТУР"
из Кемерово
из Новосибирска
из Москвы

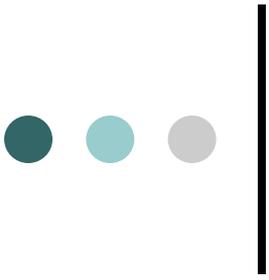
ИСПАНИЯ ИТАЛИЯ БОЛГАРИЯ
ЕГИПЕТ ТУНИС ХОРВАТИЯ КИТАЙ
СОЧИ, АНАПА, ГЕЛЕНДЖИК от 2500/6.
Горный Алтай, Белокуриха, оз. Шира

п.р. ЛЕНИНА, 51
т. 21-33-33, 21-29-10

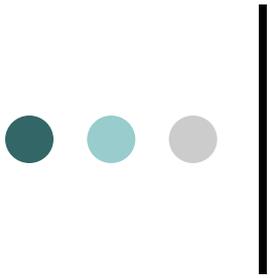


Принципы выбора средств размещения рекламы

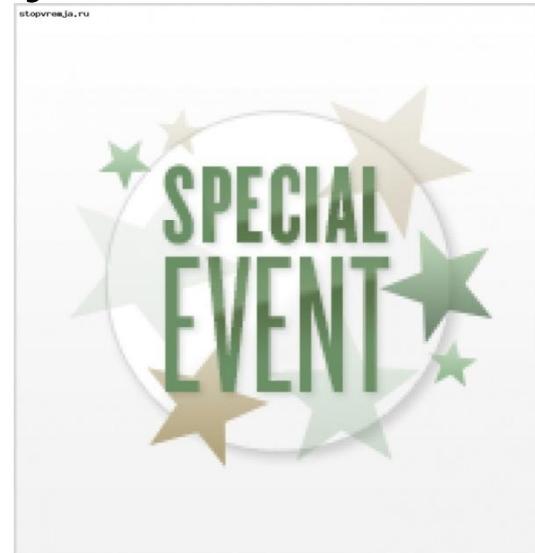
- Охват
- Стоимость
- Соответствие целевой аудитории
- Доступность
- Сервисность



www.tns-global.ru



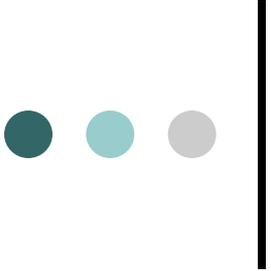
Специальные события (special events) — это мероприятия, проводимые компанией в целях привлечения внимания общественности к самой компании, её деятельности и продуктам





«Новость – это способ
привлечения внимания к некоторой
структуре, личности или замыслу,
внимания, разумеется, не
абстрактного, а ведущего к
установлению позитивных
взаимоотношений, влияющего на
увеличение продаж товаров или услуг,
на рост авторитета в обществе...»

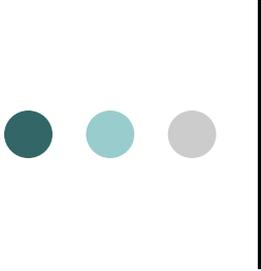
А.Чумиков



Новость должна **БЫТЬ** ...

- Яркой, запоминающейся, способной привлечь внимание
- Важной для общества или его части
- Сочетаться с общественно важной проблемой
- Интригующей

Новость должна **БЫТЬ** ...



Как достичь популярности с наименьшими затратами?

- Интернет
- Аудитория пленников
- Прямая почтовая рассылка (direct mail)
- Событийный маркетинг
- Вирусный маркетинг
- Отзывы
- Нестандартные формы коммуникаций и обращений

Ambient Media



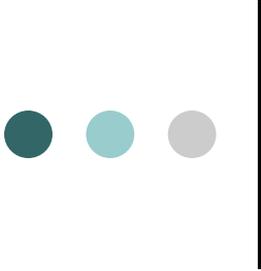
Ambient Media

Собственные носители





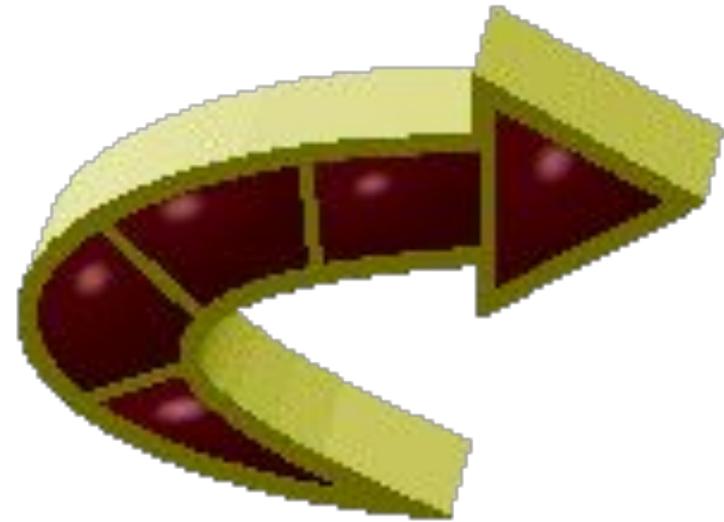
Эффективное коммуникационное обращение



AIDA

(модель коммуникационного обращения)

- Attention (внимание)
- Interest (интерес)
- Desire (желание)
- Action (действие)



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

СЕРГИЕВО-ПОСАДСКИЙ РАДИОМЕХАНИЧЕСКИЙ ТЕХНИКУМ

Вы сделаете правильный выбор, потому что...
Лучший техникум на свете — это тот, что в Пересвете!

СПЕЦИАЛЬНОСТИ

- «РАДИОАППАРАТОСТРОЕНИЕ»
- «МОНТАЖ И ТЕХНИЧЕСКАЯ ЭКСПЛУАТАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ОБОРУДОВАНИЯ»
- «ЭКОНОМИКА И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ С ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПОДГОТОВКОЙ В ОБЛАСТИ ХОЗЯЙСТВЕННО-ПРАВОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

ПРИХОДИТЕ К НАМ УЧИТЬСЯ!



ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЕ КУРСЫ
слушатели курсов пользуются
преимуществом при поступлении
в техникум.

546-53-81

ПРИЕМНАЯ КОМИССИЯ
работает с 15 мая по 31 августа

546-36-48

УСЛОВИЯ ПРИЕМА

Желающие поступить в СПРМТ подают заявление на имя директора с указанием выбранной специальности и прилагают следующие документы:

- документ об образовании в подлиннике
- медицинскую справку по форме №086-У
- 6 фотографий (размер 3х4)
- копию паспорта
- копию страхового медицинского полиса

СРОКИ ОБУЧЕНИЯ:

- на базе 9 классов
3 года 10 месяцев
- на базе 11 классов
2 года 10 месяцев

На период учебы юноши освобождаются от
призыва в Вооруженные силы РФ

**Обучение
БЕСПЛАТНОЕ
СТИПЕНДИЯ
ЛЬГОТЫ**

г. Пересвет, ул. Строителей, д.12 в

Проезд от станции Сергиев Посад авт. № 23 или маршрутным такси

(496) 546-56-69, 546-56-67, 546-53-80



Троицкий аграрный техникум это:

- Диплом государственного образца о среднем профессиональном образовании
- Бюджетные места по всем специальностям
- Общежития для иногородних студентов, где созданы оптимальные условия проживания
- Яркая студенческая жизнь в танцевальных, вокальных коллективах и спортивных секциях
- Очная, заочная, вечерняя форма обучения
- Возможность пройти специализацию и освоить одну или несколько профессий параллельно с основным обучением
- Система непрерывного многоступенчатого образования техникум-вуз

Уральская государственная академия ветеринарной медицины Троицкий аграрный техникум



457100 г. Троицк, ул. Климова, 2, каб.205

Телефоны:

(351-63)2-25-95 - учебная часть

(351-63)2-09-06 - приемная комиссия

(351-63)2-28-47 – заочное отделение

Факс (35163) 2-04-62

e-mail: tvl_t@mail.ru; pkugavm@yandex.ru

tat-ugavm@mail.ru

http://www.usavm.ac.ru



Документы для поступления в техникум

- паспорт или свидетельство о рождении (оригинал, копия);
- 6 фотографий 3х4;
- медицинская справка формы 0-86;

Специальность	Воспринимаемые специальности	Срок обучения (на базе 9 кл.)	Срок обучения (на базе 11кл.)	Заочное обучение
Агрономия	Русский язык Биология	3г 10 мес.	2г 10 мес.	3г 10 мес.
Ветеринария		3г 10 мес.	2г 10 мес.	Набор не ведется
Пчеловодство		3г 10 мес.	2г 10 мес.	
Механизация с.х.	Русский язык Математика	3г 10 мес.	2г 10 мес.	3г 10 мес.
Эксплуатация и автоматизация с.х.		3г 10 мес.	2г 10 мес.	3г 10 мес.
Технология мяса и мясных продуктов		3г 10 мес.	2г 10 мес.	Набор не ведется
Технология молока и молочных продуктов		3г 10 мес.	2г 10 мес.	
Товароведение и экспертиза потребительских товаров		2г 10 мес.	1г 10мес	2г 10 мес
		2г 10 мес.	1г 10мес	
Экономика и бухгалтерский учет		2г 10 мес.	1г 10мес	2г 10 мес или 1г 10 мес

Краткие сведения о специальностях

Ветеринарный фельдшер - осуществляет диагностику, профилактику и лечение заболеваний животных в хозяйствах, на ветеринарных станциях, участках, в ветеринарных клиниках, контролирует качество выпускаемой животноводческой продукции и проводит ветеринарно-санитарную экспертизу продуктов и сырья животного происхождения.

Агроном - занимается технологиями возделывания сельскохозяйственных культур и воспроизводства плодородия почв с учетом почвенно-климатических условий, эффективным использованием удобрений, средств защиты растений, с.х. техники, семян, кормов и гибридов сельскохозяйственных культур; оценкой качества растениеводческой продукции в хозяйствах, плодовоощных базах; выращиванием редких сортов растений, ландшафтным дизайном офисных помещений и территорий предприятий.

Техник-пчеловод - занимается разведением, содержанием, лечением пчел; разработкой проектов зданий по производству продуктов пчеловодства с осуществлением контроля качества выпускаемой продукции в хозяйствах, специализирующихся на

разведении пчел в фермерских хозяйствах. **Технолог мяса и мясных продуктов** - осуществляет технологический процесс по производству мясных продуктов на мясокомбинатах, в консервных и колбасных цехах, цехах по переработке мясной продукции; контролирует соблюдение

требований технологическому процессу в соответствии с нормативной документацией, эффективности использования технологического оборудования, рационального использования сырья, анализирует причины брака готовой продукции, разрабатывает новые виды продукции.

Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров - организация и проведение работ по товародвижению в торговых и экспертных организациях, испытательных лабораториях, формирование ассортимента и обеспечение товарооборотных характеристик товаров, формирование ассортимента, изучение конъюнктуры рынка, выявление и формирование спроса на товары, организация и проведение

Бухгалтер - занимается ведением бухгалтерского учета имущества организаций и хозяйств; отражением на счетах бухгалтерского учета

операций, связанных с движением основных, девианных средств и товарно-материальных ценностей; начислением и перечислением налогов и сборов в федеральный,

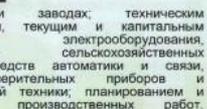
региональный составлением себестоимости (выполняемых работ, услуг) и использованию внутренних резервов; в проведении анализа хозяйственной деятельности организации.

Техник-электрик - занимается эксплуатацией и поддержанием режимов работы и заданных параметров электрифицированных и автоматических систем управления технологических процессов, машин и установок сельскохозяйственных комплексов, административных зданий, офисных помещений, на

фабриках и заводах; техническим обслуживанием, текущим и капитальным ремонтом электрооборудования, сельскохозяйственных установок, средств автоматизации и связи, контрольно-измерительных приборов и вычислительной техники; планированием и организацией производственных работ.

Техник-механик - занимается использованием машин и оборудования в сельскохозяйственном производстве; эксплуатацией, техническим обслуживанием и ремонтом сельскохозяйственной и мелиоративной техники; осуществляет метрологический контроль

отдельных деталей машин и оборудования в хозяйствах; на станциях технического обслуживания, автотранспортных предприятиях.



ежедневник

ПН 01.06.10г.

ВТ На сегодня

СР. записываю:

ЧТ ЛЕГКИЙ РЕЦЕПТ УСПЕХА!

ПТН.

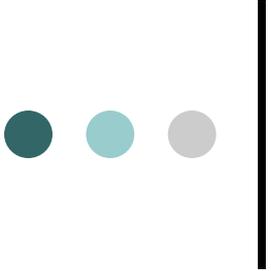


КОСТРОМСКОЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ
ТЕХНИКУМ

г. Кострома, ул. Лагерная, д. 17

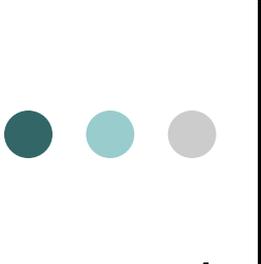
тел.: (4942) 42-00-01,
42-61-33, 32-30-30, 42-45-94

www.kmtn.ru/~ktteh



Пресс-релиз

Пресс-релиз (нюус-релиз) (от англ. *press release* – выпуск для прессы) - это информационное сообщение новостного характера, распространяемое среди печатных изданий и предназначенное для бесплатного использования сотрудниками редакций СМИ при подготовке редакционных материалов или для размещения среди новостей



Пресс-релиз СТРУКТУРА

1. Заголовок

2. Первый абзац, он же лид (lead)
6 самых главных для журналиста вопросов:

- Кто?
- Что?
- Когда?
- Где?
- Почему?
- Как?

Пресс-релиз

СТРУКТУРА

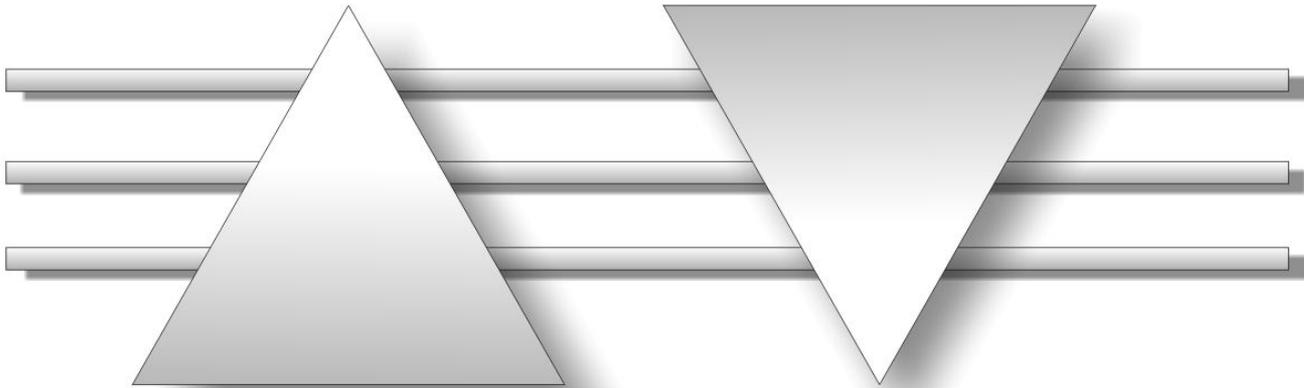
3. Основной текст
4. Информация о компании
5. Контактная информация



Пресс-релиз

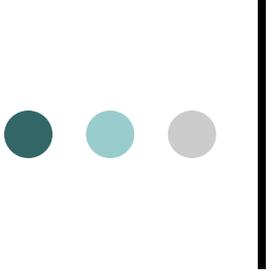
Принцип перевернутой пирамиды

1-й абзац
2-й абзац
3-й абзац
и т.д.



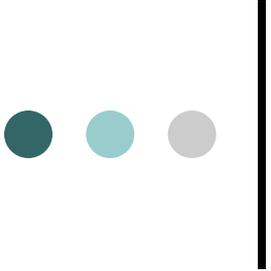
Объем

Смысл



Эффективные сайты

- <http://www.kptc.org/>
- <http://www.sponst.ru/>
- <http://nhtk-edu.ru/>
- <http://www.kemggt.ru/>
- <http://www.nvkztet.ru/>



Оценка эффективности

- Предтестирование рекламных и информационных материалов
- Оценка степени известности до и после коммуникационных мероприятий
- Изменение спроса

Спасибо за внимание!

