

«Информационные палатки» как способ реализации неагрессивной рекламной кампании по привлечению абитуриентов

Солодовникова Р.Ю., Тохтаходжаева К.О.

Группой ГПО ИСР-1503 разрабатываются наиболее эффективные методы агитации и привлечения абитуриентов на Гуманитарный факультет ТУСУР. Одним из таких можно назвать посещение участниками группы ГПО ИСР-1503 совместно со студентами первого и второго курсов Гуманитарного факультета школ г.Томска. Такая форма взаимодействия позволяет предоставить интересующую информацию абитуриентам от первых лиц, т.е. самих студентов данного факультета, среди которых есть выпускники этих школ.

В сентябре 2016 года нашей группой начала разрабатываться новая форма вышеописанного метода. Основная идея заключается в организации взаимодействия волонтерской службы ТУСУР «Наш формат» и участников группы ГПО ИСР-1503 во время посещения школ. Это позволит осуществлять агитационные мероприятия в непосредственной привязке с информационными палатками, организованными волонтерской службой.

Нужно отметить, что привлечение абитуриентов посредством агрессивной рекламной кампании зачастую требует большого количества денежных средств и не приносит должного результата, однако, несмотря на наличие этого противоречивого фактора, данный метод агитации остается наиболее распространенным. Основными целями рекламных кампаний являются развитие у покупателей эффекта узнавания и припоминания товара, соответствующей степени информированности о продукции, положительного имиджа производителя, необходимости в приобретении продукции и увеличение спроса на продукцию, привлечение новых и одновременно удержание имеющихся потребителей[1]. Исходя из цели, следует сделать вывод, что рекламная кампания идет на все меры, чтобы удержать своего потребителя. В последние годы, слово «реклама» вызывает негативные ассоциации у большого количества людей, и, как следствие, рекламные компании переходят в режим создания мягких форм рекламных средств. Было решено учесть данную тенденцию и также создать агитационное мероприятие, которое не будет похоже на рекламу, но одновременно будет выполнять такую функцию.

Совместное мероприятие волонтерской службы и участников группы может иметь форму информационной палатки. Волонтерская служба выбирает какую-либо социальную проблему (наркомания, алкоголизм, курение) и подготавливает программу для выступления в школе по профилактике этой девиации. В свою очередь, группа ГПО ИСР-1503 подготавливает небольшую агитационную программу о Гуманитарном факультете. В процессе реализации профилактического мероприятия участвуют студенты нашей группы и волонтеры. А так как студентам направления «Социальная работа» знакомы профилактические мероприятия вышеназванных девиаций, совместная работа будет очень плодотворна.

Во время участия в информационных палатках ученики старших классов смогут задать интересующие вопросы относительно поступления, получить раздаточный материал с символикой ТУСУРа и Гуманитарного факультета, а также наглядно увидеть, какими профессиональными навыками обладают студенты направления «Социальная работа». Такая форма совместной работы «агитаторов» и будущих абитуриентов не будет восприниматься как рекламная деятельность, информация получит своё распространение в форме дружеского взаимодействия, что позволит наладить контакты с будущими абитуриентами, ответить на актуальные для них вопросы и «прорекламировать» Гуманитарный факультет в ТУСУРе.

На данном этапе совместной работы проработана тема и вопросы информационной палатки. В следующем семестре планирует выход в школы.

Список используемых источников:

1. Информационно-аналитический центр «Социологический словарь». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.socium.info/dict.html> (дата обращения: 16.10.2015);