



Юрий Зацепин: "Сегодня сложно оценить состояние рекламы в городе..."

7



Олимпиада "Художественный дизайн в рекламе - 2010"

11



travel-альбом: В сказочный Дубай из промерзшего Челябинска

22

ГАЗЕТА ФАКУЛЬТЕТА КОММЕРЦИИ ЮУрГУ



КОМ/ЮНИТИ

№ 11 (30) 2010 год

Новое студенческое сообщество!

Тема номера: Факультет Коммерции - дорога в будущее



Мир уступает дорогу тому, кто знает, куда идет.

Ральф Уолдо Эмерсон

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ - СТРЕЛЬБА ПО БЕГУЩЕЙ МИШЕНИ



26 октября на факультете Коммерции состоялись выборы декана. Единогласным решением Совета факультета на эту должность был избран Виктор Михайлович Каточков, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Экономика торговли»
Первое эксклюзивное интервью после выборов декан дал газете «Ком/Юнити»!

- Прежде всего хочу поздравить Вас с переизбранием на второй срок...

- А я, пользуясь случаем, хочу поблагодарить факультет за оказанное мне доверие. Единодушная поддержка совета говорит о многом и, прежде всего, об одобрении коллективом той стратегии, которой факультет следовал на протяжении предыдущих лет. Все это время команда факультета работала сплоченно. Я считаю, что у нас собрались замечательные люди. Для меня они стали подлинными соратниками, не только коллегами, но и друзьями. Я думаю, что именно благодаря тому, что мы понимали друг друга и шли плечом к плечу, факультету и удалось достичь многих побед. Достижения факультета - это результат работы всех преподавателей и сотрудников, студентов и аспирантов. И я ни в коей мере не хочу принимать их на свой счет.

- Каковы Ваши стратегические планы на ближайшее будущее?

- Ближайшие годы для всего высшего образования будут весьма непростыми. Ожидается продолжение последствий сильнейшего демографического спада начала 90-х годов. Это последствия времени, которое сегодня принято называть «лихими девяностыми». Дети этих лет, точнее, почти полное отсутствие этих детей, к сожалению, будет продолжаться еще несколько лет и сильно повлияет на ситуацию с набором абитуриентов.

Продолжают сказываться последствия мирового финансового кризиса. Мы ощущаем это, наблюдая, как планируют свои расходы родители наших абитуриентов. К сожалению, многие

из них просто не находят средств для оплаты образования детей. И человек, у которого есть способности и желание учиться, не может себе это позволить по финансовым причинам. Таков второй неблагоприятный фактор, который влияет на обстановку на рынке образовательных услуг.

«Что же из этого следует? Следует - жить.» Следует грамотно реагировать на усиление конкуренции на образовательном рынке. Теперь не только столичные вузы конкурируют с региональными, не только институты и университеты конкурируют друг с другом. Сегодня следует говорить о конкуренции факультетов, которые за годы работы стали «брендовыми», создали отличную репутацию на рынке. Конкурентная борьба между факультетами в ближайшее время будет обостряться, и победит в ней сильнейший.

Для наших студентов, абитуриентов и выпускников усиление конкурентной ситуации только во благо, потому что она заставляет искать оптимальные пути развития, напрягать силы, становиться лучше. Проблема выбора становится легче - для обучения будущие выпускники школ выберут тех, кто может противостоять вызовам времени и предложить качественное образование. Абитуриент окажется только в выигрыше - в конечном счете он получает качественное образование и востребованный диплом. А для факультета это - годы проверки. Тяжелой, долгой дороги и непростых решений. Это надо понимать.

- Сегодня само понимание качества у каждого свое...

- Да, с течением времени это понятие испытывает определенные изменения. Если раньше основным показателем качественного образования было получение «престижного» диплома, то теперь на первое место выходит востребованность дипломов работодателем. Поэтому основная задача факультета - добиться того, чтобы наш диплом был востребован на рынке труда. Причем востребован в самых различных сферах - как известно, мы работаем и в технической области, и в области экономических наук, готовим специалистов в области рекламы и связей с общественностью, экспертизы качества и метрологии, менеджмента, бухгалтерского учета... В каждой из этих сфер диплом факуль-

тета Коммерции должен ассоциироваться у работодателя со стопроцентно качественным образованием.

Кроме того, качество образования, на мой взгляд, включает в себя такой элемент, как гибкость. Что я имею в виду? Дело в том, что сегодня практика предпринимательской деятельности так быстро шагает вперед, что написанное в книгах уже к моменту их выхода в свет становится не вполне актуальным. Поэтому научить студента некоему незыблемому «костяку» знаний не так важно, как важно привить желание пополнять багаж своих знаний в течение всей жизни. А это означает воспитание аналитического склада ума и умения применять аналитический подход для понимания происходящих изменений.

- Как можно этого добиться?

- Для того, чтобы достичь этой цели, мы внедрили принципы Болонской декларации, суть которых - изменение алгоритма учебного процесса, когда главным становится не передача информации от преподавателя к студентам, а восприятие этой информации студентами с последующим переосмыслением. Мы внедряем систему непрерывного образования, при которой любой желающий может получить новые знания в любом возрасте, в любое время, в наиболее удобной форме: заочно, дистанционно...

Кроме того, сегодня главными становятся не столько знания, умения и навыки студента, сколько профессиональные компетенции, то есть готовность применять полученные знания на практике, умение осмысливать эти знания, дополнять их, адаптируясь к изменяющейся ситуации. Не случайно государственные образовательные стандарты третьего поколения, на которые мы сегодня переходим, подразумевают именно такой, ориентированный на практику, подход к высшему профессиональному образованию.

Кроме того, есть определенные требования к самой организации образовательного процесса. Многие вузы и факультеты сегодня обращают особое внимание на соблюдение стандарта качества. Именно потому мы прошли через самый сложный процесс сертификации системы менеджмента качества факультета на

Наиболее сложной стороной менеджмента, особенно когда дела идут хорошо, является способность осознать необходимость перемен, и пока есть возможность, провести их в жизнь.

Билл Гейтс

предмет соответствия как российским, так и международным стандартам, получили сертификат соответствия ISO 9001-2008. Когда мы четыре года назад только начинали эту работу, многие воспринимали ее как излишние усилия. Но практика показала, что критики были неправы: строгое соблюдение требований менеджмента качества позволяет четко выстроить учебный процесс, сделать его управляемым, четким, конкретным и измеримым.

Все эти параметры и позволяют говорить о качественном образовании на факультете Коммерции. Хотя есть и другие параметры – например, развитие научной деятельности, международных отношений...

- Кстати, о международных отношениях. Как они будут развиваться?

- По-прежнему интенсивно. Многие в начале пути видели в международных проектах факультета своеобразную дань моде, но на самом деле это стратегическое требование времени. Мир меняется, экономика глобализуется, но дело даже не в этом. Дело в том, что высокое качество образования предполагает отсутствие его ограничений географическими рамками. Жизнь стала более мобильной: люди переезжают, меняют города и страны, меняют профессии, образ жизни... Опросы наших студентов и выпускников говорят о том, что они настроены на изменения, поиск работы в других регионах и странах, непрерывное повышение своей квалификации и овладение, если это необходимо, другими профессиональными навыками.

Как факультет, ориентированный на потребности рынка, мы должны отвечать этим запросам, иначе завтра мы можем проиграть. Мы должны расширять поле деятельности, постигая проблемы международного бизнеса, особенности транспортной логистики в различных регионах. А такая подготовка немыслима без сотрудничества с зарубежными вузами.

Наш факультет был одним из инициаторов

активной международной деятельности, и за достаточно короткое время мы достигли неплохих результатов. Я имею в виду прежде всего сотрудничество с китайскими вузами. Когда мы начинали этот процесс, многие спрашивали – почему именно Китай? Сегодня, когда экономика этой страны по многим показателям занимает лидирующие позиции в мире, никто этот вопрос уже не задает. Китай в геополитическом плане является одним из главных стратегических партнеров для нашей страны. Нас объединяет желание модернизировать экономику, от планового хозяйства перейти к рыночным отношениям... И потому мы очень рады взаимодействию с китайскими коллегами из Шаньдунского института технологий и бизнеса, а теперь и Китайско-канадского института. От стажировок и академических обменов мы переходим сейчас к реализации совместных образовательных программ с выдачей двух дипломов.

Продолжается сотрудничество с Университетом Св. Марии из американского штата Мериленд. Совместные программы международных Интернет-классов по маркетингу и экономике стали уже традицией, число их участников растет, тематика расширяется.

В этом учебном году началось сотрудничество с другим американским вузом – университетом Кларка из штата Массачусетс. Этот университет занимает 57-е место в мире по внедрению инновационных подходов, 23-е место среди университетов США. Совместно с ними мы начинаем проект по подготовке магистров, который будут курировать кафедра «Маркетинг и менеджмент» под руководством Ирины Петровны Савельевой и кафедра «Маркетинговые коммуникации» под руководством Ирины Юрьевны Окольниковой. Этот проект интересен тем, что будет организован по американским программам, а в результате студенты получат диплом российского образ-

ца и диплом американского университета, обучаясь (по желанию и в соответствии со своими финансовыми возможностями) или в только в России, или с выездом в США.

Разумеется, такая работа немыслима без повышения языковых компетенций. Владение иностранным языком становится уже обязательным атрибутом современного бизнеса, и потому будет продолжаться программа «Переводчик в сфере профессиональной коммуникации». Кроме того, с этого года факультет предлагает всем желающим пройти курсы китайского языка.

- Факультет Коммерции всегда был пионером в деле открытия новых специальностей и направлений. Продолжится ли эта работа?

- Да, однако эту деятельность тормозит сегодня ряд факторов. В частности, переход к образовательным стандартам третьего поколения, о котором я уже говорил, проходит крайне медленно. Поэтому сегодня еще нельзя быть абсолютно уверенными в политике Министерства образования на ближайшие годы. А обманывать абитуриентов – не в наших правилах. Интересно, что, по данным опроса, многие абитуриенты приходят к нам благодаря советам родных, знакомых, близких – то есть «неформальным вербальным коммуникациям», или, проще говоря, молве. Если мы будем обманывать ожидания наших потребителей, нам больше никто и никогда не поверит.

Тем не менее мы продолжаем работать в направлении открытия новых образовательных программ. Например, в 2011 году состоится первый набор на направление «Полиграфия», так как потребность в грамотных полиграфистах очень остро ощущается на региональном рынке труда.

- Будут ли продолжены традиции организации студенческих праздников?

- Конечно. Именно студенческую пору каждый из нас вспоминает с особой теплотой, считает ее самой светлой полосой своей жизни... Поэтому яркие события, праздники и акции будут продолжаться назло всем кризисам!

Однако жизнь состоит не только из праздников. Хочется, чтобы развивался студенческий спорт, чтобы продолжались социальные проекты, которые учат молодых людей помогать тем, кто нуждается в нашей помощи.

Необходимо помнить, что каждый из нас делает свою жизнь сам. Я искренне желаю всем студентам и аспирантам – будьте творцами, создавайте себе замечательное настоящее, которое не стыдно будет вспоминать в будущем. Помните, жизнь – это здесь и сейчас!

Беседовал А.А. Ваганов



Юбилей факультета Коммерции. Ректор ЮУрГУ Александр Леонидович Шестаков вручает Виктору Михайловичу Каточкову Почетную грамоту университета

Возможности лежат среди трудностей.

Альберт Эйнштейн

Сильный лидер всегда собирает вокруг себя сильную команду. Редакция “Ком//Юнити” решила, что интервью декана о перспективах и проектах факультета должны дополнять выступления его помощников. Итак, читайте: специально для вас - команда деканата!



Ирина Юрьевна Околнишникова
заместитель декана факультета

Моей важнейшей задачей, помимо выполнения функций “исполнительного директора”, является работа над формированием и укреплением имиджа факультета в профессиональной среде, властных структурах, среди студентов, абитуриентов и их родителей. Опираясь на накопленный в предыдущие годы публичный капитал, можно утверждать, что речь в ближайшие годы должна идти о полноценном бренд-менеджменте факультета Коммерции.

Основа доверия к бренду лежит в его успешных коммуникациях с различными аудиториями, коммуникациях, которые исключают непонимание и недоразумения. Я считаю это главным направлением своей работы. Прежде всего, речь идет об электронных коммуникациях. В течение года необходимо решить следующие задачи:

Во-первых, модернизация факультетского сайта, выведение его на новый уровень - как в плане дизайна, так и, главное, в плане содержательного наполнения. Создание полноценной новостной страницы на сайте с рассказом обо всех предстоящих событиях, а также интерактивных страниц, системы отсылки к сайту ЮУрГУ, сайтам наших партнеров, работодателей, дружественных вузов и т.д. Важно также развитие страницы факультета на сайте университета.

Во-вторых, организация постояннодействующей системы информирования общественности о новостях факультета, обо всех событиях, которые у нас происходят. Рассылка новостей в информационные агентства и своевременное размещение их на сайтах наших друзей и партнеров.

Необходимо расширение присутствия факультета в социальных сетях “Вконтакте” и

СТРАТЕГИЯ И ТАКТИКА РАЗВИТИЯ ФАКУЛЬТЕТА “Времена не выбирают”!

“Twitter”. Сейчас “Вконтакте” ведется и пользуется популярностью у абитуриентов группа факультета, есть страничка “Международные стажировки факультета Коммерции”. Практика показала их полезность, и поэтому он будет развиваться дальше, переструктурироваться, будет создана система перекрестных ссылок и т.д. Планируется также выход в новые для нас сети - такие как “Twitter” - и создание там микроблога факультета.

Занимаясь в течение последнего года модернизацией сайта университета, я убедилась, насколько важно своевременно отвечать на вопросы студентов, абитуриентов, выпускников и т.д. Таких вопросов множество. Поэтому в ближайшее время мы будем заниматься созданием системы консультаций для абитуриентов, родителей, студентов и всех заинтересованных нашей деятельностью в виртуальном формате самыми различными способами - как по “Скайпу”, например, так и по SMS. В проекте организация виртуальных Дней открытых дверей и другие интерактивные акции.

Следующим направлением работы станет развитие системы корпоративной идентификации факультета, развитие его корпоративных ценностей, корпоративной культуры. И, конечно, традиционных печатных коммуникаций. Здесь, наряду с привычным выпуском рекламной, полиграфической и сувенирной продукции, планируется сделать серию памяток для абитуриентов. Как показывает практика приемной кампании, именно они наиболее востребованы мечущимися по университету выпускниками школ.

Не менее востребованными зарекомендовали себя спецвыпуски факультетской газеты “Ком//Юнити”. В этом году ее ожидают серьезные изменения. Во-первых, уже в январе 2011 года наше корпоративное издание “раздвоится”. Начнет выходить корпоративный журнал, ориентированный на профессорско-преподавательский состав, партнеров и друзей факультета, выпускников, работодателей, профессиональные ассоциации. Журнал будет выходить в свет один раз в 2-3 месяца.

Кроме того, на факультете появится новостной листок “Ком//Юнити” небольшого формата, который каждые две недели будет оператив-

но рассказывать обо всех наших новостях.

Такое разделение на газету и журнал назрело давно. “Ком//Юнити” любят и ждут, но часто справедливо упрекают в неоперативности, малом тираже, слишком журнальной верстке, отсутствии быстрой обратной связи. Уверена, что появление двух изданий позволит решить эти проблемы. Они будут более четко спозиционированы на свои целевые аудитории. И, помимо всего, студенты коммуникативных специальностей получат опыт работы и в корпоративной газете, и в журнале.

Но, сказав “А”, надо говорить и “Б”. Предстоит создать систему размещения рекламы в обоих изданиях, а также для каждого из них создать оптимальную систему распространения. Предполагается, что газета, помимо факультета, будет распространяться в школах и техникумах Челябинска и Челябинской области. Журнал же планируем рассылать выпускникам факультета, родителям студентов, друзьям факультета, распространять в профильных министерствах и ведомствах.

Есть еще одна важная задача на ближайшие годы. До нее у молодого быстрорастущего факультета пока “не доходили руки”. Это создание системы взаимодействия с выпускниками факультета. Несмотря на то, что некоторыми кафедрами эта работа и сейчас ведется, в целом она бессистемна. Предстоит основать Клуб выпускников, наладить взаимодействие с ними по вопросам трудоустройства студентов, организовывать совместные встречи, проводить праздники... Выпускники могут дать нам бесценную информацию о востребованности тех или иных профессиональных компетенций на рынке труда, помогут скорректировать программы учебных и производственных практик... Здесь предстоит большая кропотливая работа.

Наконец, специалисты факультета по-прежнему выполняют некоторые консультативные функции по вопросам укрепления имиджа университета, развития бренда ЮУрГУ, формирования грамотной политики продвижения его услуг. Например, в настоящее время силами Центра рекламных технологий разрабатывается бренд-бук университета, завершается работа по модернизации сайта ЮУрГУ. Эта большая и очень ответственная деятельность.

Мы должны освободить себя от надежды, что море когда-нибудь успокоится. Мы должны научиться плавать при сильном ветре.

Аристотель Онассис



Татьяна Евгеньевна Коновалова,
заместитель декана по учебной работе

Четвертый год факультет работает в рамках Всероссийского эксперимента по внедрению положений Болонской декларации. Студенты всех специальностей с 1 по 4 курс обучаются с использованием кредитно-модульной системы, продолжает функционировать информационный портал. В планах на будущее, прежде всего, завершение всего цикла обучения по “Болонской схеме”, а также совершенствование портала. Пока он еще далек от идеала, пользоваться им не всегда удобно. Будем делать его более насыщенным информационными материалами и следить за тем, чтобы все данные относительно

УЧЕБНЫЙ ПРОЦЕСС “Много новых знаний - хороших и разных”

учебного процесса выкладывались вовремя, без задержек и ошибок.

На факультете продолжает развиваться обучение с использованием дистанционных технологий. Эта технология по-прежнему доступна всем нашим студентам. По “дистанционке” сейчас учатся не только заочники из городов, где раньше были представительства. По личному заявлению на “дистанционку” может быть переведен любой студент, если, к примеру, он вынужден совмещать учебу с работой. Для многих это оказалось очень удобно и экономически выгодно.

Вместе с тем в плане развития дистанционных технологий обучения в ближайшее время предстоит решить ряд крупных проблем. Это, прежде всего, продолжение “обкатки” самого формата обучения, оптимизация интерактивного взаимодействия между преподавателями и студентами (обмен сообщениями, выполненными курсовыми и контрольными работами и т.п.). Пока у нас есть сбои, которые мы стараемся быстро выявлять и устранять.

Актуальна задача наладить чтение лекций в on-line формате и в перспективе создать библиотеку видеозаписей (лекций, практик, мастер-классов и т.д.). Это позволит выложить их на портал, чтобы студенты могли в любое время вос-

пользоваться нужными материалами повторно.

В этом и следующем учебных годах будет завершено формирование базы данных сетевых учебно-методических информационных комплексов по дисциплинам учебного плана. В этой кропотливой работе задействованы почти все преподаватели факультета и многие преподаватели обслуживающих кафедр университета. Спасибо им за понимание и поддержку.

Еще одним направлением работы на ближайший период станет “сращивание”, сопряжение учебных планов по основным образовательным программам факультета с планами среднего профессионального образования техникумов, с которыми сотрудничает факультет. Это необходимо для выстраивания уровня профессионального образования по системе “СПО-ВПО-ДПО”. Такие программы интересны всем участникам процесса. Поэтому они должны развиваться.

И, конечно, среди перспективных направлений работы нельзя не отметить долгожданный переход на образовательные стандарты третьего поколения. Надеюсь, он состоится, и у факультета, абитуриентов, их родителей и остальных участников образовательного процесса появится четкое понимание новой структуры профессионального образования.



Анастасия Анатольевна Усова,
заместитель декана по научной работе

В ближайшие годы будет продолжено развитие студенческой науки. Начатые совместные научно-практические проекты, в которые включились уже пять челябинских вузов, оказались несомненной удачей. Студентам нравится в них участвовать, выступать перед новой аудиторией, расширяя спектр своих исследований.

Другое направление научной деятельности факультета - активизация работы с аспирантами и докторантами, повышение количества защит

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ И ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ “Без науки образование просто блещит в отраженном свете”

диссертаций. В настоящее время представлена к защите докторская диссертация на кафедре “Маркетинговые коммуникации”, завершается работа еще над двумя докторскими диссертациями на МарКоме и Товароведении. На финальный этап подготовки выходит еще одна докторская на кафедре “Экономика торговли”. “На выходе” и две кандидатские диссертации по экономике. Этот процесс надо продолжать и активизировать, всячески поддерживая соискателей.

Очень важным для факультета должно стать открытие диссертационного совета по логистике и экономике предпринимательства. Работа по сбору необходимых документов сейчас активно ведется, и, я надеюсь, в ближайшее время завершится успехом.

Важной задачей развития научных исследований я считаю “вхождение” преподавателей и аспирантов факультета в работу над реализацией программы Национального исследовательского университета. Казалось бы, тема “Энерго- и ресурсоэффективные технологии” не столь актуальна для специалистов в области коммер-

ции. Но инновационным энергосберегающим технологиям необходима грамотная коммерциализация, продуманная маркетинговая поддержка, изучение рынка, грамотное ценообразование и продвижение.

Поэтому в прошлом учебном году по инициативе факультета был открыт научно-образовательный центр “Коммерциализация инноваций”. Сейчас с руководством университета уже обсуждаются первые проекты. Я считаю, что каждая кафедра факультета может внести свой вклад в это дело.

Есть и другие пути развития научных исследований в рамках НИУ. Например, товароведы предлагают интереснейший, с моей точки зрения, проект организации вспомогательных энергоэффективных производств товаров народного потребления в рамках “металлургического” приоритетного направления развития.

И, конечно, на повестке дня остро стоит вопрос о развитии грантовой деятельности - поиске грантов на научные исследования и участие в них.

Выживают не самые сильные и не самые умные, а самые быстро адаптирующиеся к переменам

Чарльз Дарвин

МЕЖДУНАРОДНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ “Мир не кончается на наших горизонтах!”

Работа факультета в области международных проектов в ближайшее время должна выйти на новый уровень. Планируется уже в 2011 году начать программу двойных дипломов. Теперь выпускники смогут вместе с государственным российским дипломом ЮУрГУ получить и диплом зарубежного университета. Причем можно выбирать, какой диплом Вы хотели бы получить – китайский или американский.

Поясню на примере. Сложившееся за последние годы сотрудничество факультета с Шаньдунским институтом бизнеса и технологий вступает в новую фазу. Недавно было подписано дополнительное соглашение к совместному договору, в котором определены перспективы сотрудничества с профильным для нас подразделением Китайского вуза – Китайско-канадским институтом. В том числе – организация совместных образовательных программ с выдачей двойного диплома. Эти программы будут построены по принципу «сращивания» учебных планов. Таким образом, и китайские, и российские студенты будут учиться по одной программе, а в итоге получат два документа о высшем образовании.

В планах также организация академических обменов. Причем и китайская сторона, и факультет будут стремиться к тому, чтобы в обменах участвовали не только студенты, но и преподаватели. Так что учите китайский и английский

языки, это обязательно пригодится Вам уже в ближайшее время, коллеги!

Факультет начинает сотрудничество с известным американским университетом Кларка. Наша совместная программа предполагает обучение выпускников университетов на магистерском курсе и на выходе – получение магистерских дипломов американского университета. Весь срок обучения составляет полтора года, что, на мой взгляд, очень удобно. Эта программа уже опробована и в Польше, и в Израиле, и в России на базе Астраханского университета.

Нашему факультету поручено вести две образовательные программы. Это “Маркетинговые коммуникации” и “Государственное и муниципальное управление”. Программа обучения предусматривает, что первые 2 семестра (а каждый семестр будет длиться 3 месяца без перерыва на каникулы – именно за счет этого достигаются сжатые сроки освоения программы) обучение проходит на русском языке (с углубленным изучением английского), далее – на русском и английском, в конце – только на английском и, по желанию студента, на базе университета Кларка.

Таким образом, для организации учебного процесса факультет будет привлекать своих лучших специалистов. Все они предварительно пройдут стажировку в университете Кларка. И особенно нам будут нужны преподаватели, сво-



Маргарита Анатольевна Сафронова,
заместитель декана по инновационному развитию

бодно владеющие английским. Я приглашаю всех желающих принять участие в этой интереснейшей, на мой взгляд, программе.

Продолжается дружба факультета с университетом Св. Марии из США. Сейчас разрабатывается программа академической мобильности преподавателей с проведением совместных российско-американских исследований в области международного маркетинга и экономики. А 7 марта 2011 года к нам на факультет вновь придет команда студентов и преподавателей из Америки. Их цель – участие в работе над совместными предпринимательскими и научными проектами. И здесь особенно важна активность студентов, новые мысли и свежие идеи!



Лидия Камилловна Лободенко,
заместитель декана по организационной работе

Совершенствование системы менеджмента качества – процесс непрерывный. Поскольку факультет прошел аудит на соответствие самой современной версии стандартов ISO (версии 2008 года), наша основная задача на ближайшие годы состоит в поддержании соответствия (и улучшении, конечно) всех процессов и процедур факультета международным и российским стандартам. СМК, являясь мерилем доверия к образованию факультета иностранных и веду-

КАЧЕСТВО И ИМИДЖ ОБРАЗОВАНИЯ “Быть услышанными и понятными для потребителей!”

щих российских вузов, служит, с другой стороны, важной составляющей подготовки к комплексной оценке деятельности (аттестации, аккредитации и лицензированию) ЮУрГУ и факультета в 2012 году. Как все успели заметить в прошлую аттестацию, показатели СМК “волшебным образом” перекликаются с аттестационными показателями Рособрназора.

И, конечно, вся эта большая скрупулезная работа, требующая от кафедр огромных усилий, основной своей целью ставит подтверждение высокого качественного уровня образовательных услуг факультета. Я хочу выразить особую благодарность заведующим кафедрами и их помощникам, ученым секретарям, ответственным за СМК – всем, кто берет на себя этот нелегкий труд.

Еще одно важное направление – профориентационная деятельность. Она в ближайшие годы претерпит существенные изменения. Времена сейчас тяжелые. Последствия демографического кризиса начала 90-х усугубляются финансовым кризисом, нестабильным положением

семей и высоким уровнем безработицы. В результате профориентационная работа приобретает все большую значимость и борьба ведется буквально за каждого абитуриента.

В рамках профориентации сезона 2010-2011 года особый упор будет сделан на интернет-технологии, организацию профильных олимпиад для старшеклассников и выпускников техникумов – по экспертизе качества, бухгалтерскому учету, рекламе и маркетингу, экономике и управлению предприятием. Будет активизирована работа с профильными школами. В отличие от мероприятий прошлых лет упор будет сделан не только на учебную, но и на внеучебную деятельность. И в качестве отдельного направления я считаю необходимым выделить усиление работы с профильными техникумами, выстраивание системы непрерывного образования “школа – техникум – вуз”. Уже ведется работа по заключению договоров с городскими техникумами, с техникумами и колледжами на территории соседних областей. Я вижу в этом направлении большие перспективы.

Бог не на стороне больших батальонов, а на стороне лучших стрелков.

Вольтер



Валентина Николаевна Максимова,
заместитель декана по дополнительному
образованию

Дополнительное профессиональное образование, или бизнес-образование, является сегодня необходимым условием развития карьеры. Давно прошли времена, когда человек мог получить одно образование и потом всю жизнь проработать в одном цехе одного завода. Сейчас дополнительные компетенции, получаемые в течение жизни по мере возникновения необходимости в них - примета любого профессионала.

Вместе с тем платежеспособность слушателей значительно «подкосил» кризис. Речь идет о взрослых людях, которые содержат свои семьи. Естественно, платить за образование они будут не в первую очередь. Поэтому сейчас мы изменяем содержание программ и ищем но-

БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЕ “Поэтапное обучение в течение всей жизни”

вые направления, которые интересны именно в свете экономической нестабильности.

В ближайшее время планируется открыть программы корпоративного обучения сотрудников предприятий, которые находятся под угрозой увольнения. Это актуально для предприятий оборонного комплекса, машиностроения, металлургии. В настоящее время на обучение сотрудников новым профессиям выделяются государственные субсидии. Мы уже обучили четыре такие группы и планируем продолжить эту работу.

Будут продолжены востребованные на рынке межфакультетские программы подготовки кадастровых инженеров. Практика показала, что интерес к ним не ослабевает. Более того, он усилился, когда на базе ЮУрГУ стало возможно сдать квалификационный экзамен и по его итогам быть зачисленным в единый Федеральный Российский реестр кадастровых инженеров. Кадастровый инжиниринг - “поле непаханное”. Поэтому я считаю, что эта образовательная программа будет востребована еще долго - как минимум несколько лет.

Кроме того, перспективным направлением являются программы дополнительного образования для студентов факультета, у которых есть прекрасная возможность параллельно с основным образованием получить дополнительное переводчика. Почему бы не воспользоваться временем обучения в вузе и не пройти повышение квалификации

по смежной профессии? Например, научиться компьютерному дизайну или стать таможенным брокером? Челябинская область давно является пограничной, таможенные брокеры востребованы на промышленных и торговых предприятиях. Дополнительный диплом в этой области повысит шансы выпускников на рынке труда.

Одна из последних разработок ЦДО - межафакультетский проект по обучению специалистов в области GIS-технологий. Такие специалисты расшифровывают спутниковые снимки для нужд строительных организаций, землеустроителей, недропользования. Специалистов в области GIS-технологий профиля обучают только в Санкт-Петербурге и Новосибирске, между тем профессия становится все более востребованной на рынке труда.

Интересно, что в условиях кризиса по-прежнему наблюдается интерес к российско-голландской программе по маркетингу “РИМА” и к курсам повышения квалификации по бухгалтерскому учету. Первое я объясняю тем, что в условиях нестабильности одним из основных факторов успеха остается грамотный маркетинг. А второе - тем, что многие владельцы малого бизнеса вынуждены были отказаться от услуг аутсорсинга бухучета своего предприятия и стали вести его сами.



Наталья Викторовна Попова,
помощник декана по воспитательной работе

В жизни факультета сложились традиции, которые помогают сплочению студентов, позволяют им почувствовать себя одной командой. Хочется, чтобы в будущем они совершенствовались. Как именно?

Необходимо усиливать работу тьюторов. Пока их деятельность в основном ограничивается выборами актива групп, проведением собраний до и после аттестаций. Хочется, чтобы тьюторы принимали активное участие вместе с группой в праздниках, соревнованиях, акциях.

ВНЕУЧЕБНАЯ РАБОТА “Студенческие годы - самые лучшие в жизни!”

Часто бывает так, что студенты, которые могли бы войти в актив, остаются незамеченными и «неохваченными». Тьютор, по моему мнению, должен активно участвовать в жизни группы. Помочь в этом может «Дневник тьютора», где будут отражаться все прошедшие в группе события.

Еще одна идея - назначение кураторов и из числа старшекурсников. Попробовали ее внедрить и поняли, что она эффективна. Студенты-наставники чаще встречаются со своими группами, помогают им, подсказывают, как правильно оформить заявку на участие в том или ином конкурсе. Как результат, на факультете стало больше участников общеуниверситетских мероприятий, больше заявок на конкурсы, стали интереснее праздники. Эту практику надо развивать.

Продолжится работа по грамотной организации факультетских праздников. С каждым годом их масштабы становятся больше. Например, «Краса Коммерции». Сегодня это популярная вечеринка в лучших ночных клубах, с серьезными спонсорами. Профессиональный подход к организации праздников стал доброй традицией факультета, надо «держат марку».

Еще одна хорошая традиция - социальная работа, добрая помощь. Раньше мы сотрудничали в основном с детскими домами, но сегодня они не испытывают недостатка в спонсорах. Есть проект более адресной работы - помощь конкретным семьям, нуждающимся в поддержке. Первый шаг был сделан в прошлом году во время акции «Помогите Человеку-невидимке», когда студенты через органы опеки нашли мальчика из малообеспеченной семьи, организовали сбор пожертвований, подарили компьютер. Такие акции надо продолжать - они помогают студентам понять, что такое ответственность.

Планируем активизировать разделы сайта, посвященные внеучебной работе и социальным акциям. Наша цель - регулярно обновляемые новости студенческой жизни и поддержание связи с выпускниками факультета, которые уже достигли успеха.

А как считаете Вы - КАК УЛУЧШИТЬ ЖИЗНЬ НА ФАКУЛЬТЕТЕ?

Мы открываем “горячую линию” пожеланий и предложений. Пишите на com_unity@mail.ru или в почтовый ящик возле ауд. 574/2.

В работе, ориентированной на людей, есть только один ключ к успеху - доверие.

Плутарх



- Я знаю, что вы получили награду от Федеральной антимонопольной службы. Расскажите подробнее про нее, пожалуйста?

- Эта награда называется "Почетная грамота за многолетний вклад в развитие рекламного бизнеса". Вручалась она впервые, так что оказаться в числе первых награжденных было для меня очень почетно. Впрочем, я все же думаю, что таким образом были оценены не только мои личные заслуги, но и самоотверженный труд всех, кто работает на рекламном рынке региона Южного Урала. Это здорово, что сегодня наша антимонопольная служба не просто является надзорным органом, который контролирует соблюдение законодательства о рекламе, а является одним из системных институтов, которые развивают рекламу нашей страны. То есть представители этой службы не только выявляют нарушителей закона и наказывают их, но и развивают и поддерживают профессиональное сообщество. Поэтому я уверен, что и в будущем награды Федеральной антимонопольной службы будут вручаться руководителям рекламных организаций различных российских регионов.

- Вы нередко бываете на рекламных форумах и являетесь членом Рекламного совета при Торгово-промышленной палате России. Что Вам даёт общение с коллегами из других регионов?

- Наша работа - это практически бесконечный конвейер. Постепенно начинаешь ощущать, что вращаешься в одном и том же кругу, знакомом и иногда даже предсказуемом. А общение на больших съездах в столичных городах позволяет понять, какие тенденции характерны для рекламного производства, как в Москве, так и у нас. Оно также позволяет реально сравнивать наши возможности с другими.

Порой бывают совершенно удивительные встречи - со специалистами, которые являются "живыми легендами" российской рекламы. Или наоборот, с дилетантами, которые высказывают совершенно "безумные", но интересные идеи...

"...Наступила новая эра рекламы"

Гость нашей традиционной рубрики – человек, который успешно совмещает руководство крупным рекламным бизнесом и преподавательскую деятельность: кандидат философских наук, доцент кафедры «Маркетинговые коммуникации», генеральный директор рекламно-коммерческой фирмы «Восточные ворота», председатель Челябинского рекламного совета Юрий Владимирович Зацепин. Известный эрудит, умница и "парадоксов друг".

- А как Вы думаете, закончился ли кризис в рекламном бизнесе? И как Вы оцениваете современное состояние рекламы в нашем городе?

- Кризис, конечно, закончился, и наступила новая экономическая эра. То, что мы сегодня видим вокруг себя - это "пейзаж после битвы", потому что одной из наиболее пострадавших от последствий негативных явлений в экономике явилась, конечно, реклама.

Многие фирмы просто перестали существовать, меньше стало и рекламных носителей – так, закрылись почти все «гламурные» челябинские издания. Конечно, сегодня сложно оценивать состояние рекламы в городе, потому что рекламный рынок - многоуровневый. И он, так сказать, привязан к специфическим особенностям региона. Однако можно точно говорить, что исчезла «излишне помпезная» реклама, она стала более деятельной и более ориентированной на свою основную цель – продвижение товаров и услуг, стала более прагматичной.

- Вы давно преподаёте на нашем факультете. Как начинался Ваш путь к преподаванию?

- В свое время я защитил кандидатскую диссертацию, организовал и возглавил одно из первых в Челябинске рекламных агентств. А потом появилось желание поделиться своими знаниями с молодёжью. Меня пригласили преподавать на факультет Коммерции, на только что открывшуюся тогда специальность "Реклама". Так я стал членом дружной и беспокойной команды кафедры «Маркетинговые коммуникации». Кстати, сейчас работаю над докторской

диссертацией. Она, в отличие от кандидатской, будет напрямую затрагивать вопросы развития информационного, в том числе и рекламного, поля крупного города.

- А были ли в Вашей преподавательской карьере случаи, когда студенты «подсказывали» идеи, полезные для практического бизнеса?

- Нет. Разумеется, со студентами мы решаем практические задачи. Однако цели системы обучения и системы реального рекламного бизнеса сильно отличаются. А раз у систем разные цели, то порой студенты просто не задумываются о реальном воплощении своих идей. Однако тенденция меняется – присутствуя на защитах выпускных квалификационных работ, я с удовлетворением замечая, что все больше становится дипломов, основанных на уже реализованных проектах. Предложения студентов факультета Коммерции внедряются в жизнь челябинскими предприятиями, работающими в сфере торговли или услуг. И это здорово!

- Вы являетесь автором нескольких сказок-притч, одна из которых даже опубликована в сборнике в честь юбилея фирмы «Восточные Ворота». Продолжаете ли Вы заниматься творчеством?

- Да, мне нравится писать, и я не собираюсь останавливаться!

- Последний вопрос – традиционный: ваши пожелания студентам факультета Коммерции?

- Быть успешными, счастливыми и богатыми!

Анастасия Болдырева, КОМ-156



PR-дебют в Санкт-Петербурге: Мы покорили Финэк!

Команда студентов специальности «Связи с общественностью» факультета Коммерции ЮУрГУ стала победителем PR-KBN в Санкт-Петербурге.

PR-KBN проходил в Санкт-Петербургском государственном университете экономики и финансов (Финэк) под эгидой Европейского института PR в рамках «Студенческой недели PR».

В состав команды вошли студенты групп КОМ-256 и КОМ-357 – Максим Слабош, Борис Карасов, Сергей Милых, Сергей Масовец, Вадим Насыров. Для них это первая серьезная победа в профессиональных PR-соревнованиях.

Будущие PR-специалисты факультета Коммерции приняли участие в Студенческой школе PR в Финэке впервые. Естественно, из Санкт-Петербурга они привезли массу впечатлений.

- Прежде всего нас поразила сама город, - рассказывает Сергей Масовец. - Встретил он нас «фирменным» мелким дождем, но даже такая хмурая погода не помешала нам увидеть красоту этих улиц, зданий. Если говорить о программе самой студенческой недели, то она была очень насыщенной событиями - в первый день прошел PR-KBN, участники познакомились друг с другом и оказалось, что мы были единственной командой, приехавшей из другого города - остальные представляли различные питерские вузы.

Во второй день для нас была организована экскурсия на предприятия - мы, например, посетили компанию «Эго транслейт» которая занимается переводами с иностранных языков, поговорили с начальником PR-отдела этой фирмы, который рассказал нам о том, из чего складывается работа PR-специалиста, работающего в сфере услуг.

Очень интересным для нас был дискуссионный клуб, посвященный очень актуальной теме «Этика и PR». Дискуссию начали два приглашенных специалиста- практика, а потом к ней подключились студенты.

А последний день был посвящен защите PR-проектов, которые мы разработали на основе выданного нам кейса... В отличие от кейса, с которым мы



Сборная команда факультета Коммерции - Вадим Насыров, Сергей Масовец, Максим Слабош, Сергей Милых

работали на нашей Студенческой школе рекламы, в этом задании не была указана целевая аудитория, конкретные цели и задачи, а также критерии оценки проекта. Указана была только тема PR-кампании. И потому каждая группа фантазировала и импровизировала, ни одна презентация не была похожа на другие.

- Я не скажу, что победа в KBN далась нам легко - мы серьезно готовились, репетировали, - продолжает Сергей Милых. - Все задания игры так или иначе были связаны с темой PR: приветствие, разминка, музыкальный конкурс. Для нас он был особенно сложен, так как почти никто из нашей команды петь не умеет. Однако мы вышли из положения - просто читали текст под музыку, заслужив аплодисменты аудитории. Честно говоря, мы ожидали, что борьба будет более острой - все же нам противостояли студенты столичных вузов. Но достойных со-

перников было мало. Только команда ЛЭТИ отличалась хорошей подготовкой в области PR, поэтому на защите проектов они нас опередили, а в KBN заняли второе место.

Были и неприятные моменты - нас, например, поселили в общежитии, где сначала даже не было отопления. Никакой «культурной программы» для участников недели разработано не было. Словом, не раз мы вспоминали нашу «Летнюю школу PR», которая была организована с подлинным уральским гостеприимством. Кстати, мы, конечно, пригласили всех участников студенческой недели в «Финэке» на фестиваль «Зеленое яблоко». И многие студенты обещали прислать свои работы и, если удастся, приехать в Челябинск.

Поздравляем команду факультета с победой и желаем им новых успехов и PRавильного ПИАРа!!



Так проходила подготовка к выступлению



Вместе с новыми друзьями - студентами ЛЭТИ

Мы - самые талантливые в ЮУрГУ!

В этом году 20 октября актовый зал ЮУрГУ пять часов подряд был заряжен позитивной энергией и студенческим креативом. Студенты демонстрировали свои умения в таких жанрах, как вокал, хореография, исполнители-инструменталисты, СТЭМ, ведущие, художественное слово, оригинальный жанр и фестивальная программа. Мы увидели целых 84 выступления, и это было незабываемо!

Наш любимый факультет Коммерции порадовал всех своим творческим подходом. Выступление было инсценировано в формате телешоу «Интуиция». На сцене внезапно появилось семь незнакомцев. Это была настоящая интрига для зрительного зала, однако появление ведущих – высокого блондина «Виктора Логинова» и сногшибательной брюнетки «Анастасии Заворотнюк» (этих персонажей представляли студенты-второкурсники Борис Карасов и Мария Охалкова) настроило всех зрителей на участие в игре, которая была нелегкой.

Используя свое шестое чувство, нужно было сопоставить замысловатые номинации и неизвестных людей. Первой была отгадана номинация «Девушка- эмоция» – ею оказалась очаровательная певица в искристом платье Анастасия Болдырева. Следом за ней выступала Анастасия Забуга в замысловатой номинации «Племянница внучки сестры Маяковского»: она прочитала стихотворение собственного сочинения.

Под девизом «Ревнует к гитаре» выступил дуэт гитариста Егора Хвесюка и вокалистки Полины Блиновой, которые исполнили песню Paramore - The Only Exception. Еще одна необычная пара - Кирилл Рунг и Екатерина Лаптева - выступала в номинации «Голодная семейка», ребята показали все прелести «стандартных отношений в нестандартной семье». Кстати, они заняли первое место в номинации «СТЭМ» и покорили сердце каждого, кто сидел в зале.

Во время награждения жюри сказало много хороших слов нашим актёрам, пожелав им не останавливаться на достигнутом. Но на этом вы-

Каждый год в ЮУрГУ проходит фестиваль самодеятельного творчества первокурсников «Таланты ЮУрГУ». Выступать на этом фестивале, несомненно, счастье для каждого: здесь можно показать себя, посмотреть на других, познакомиться с интересными людьми, а самое главное - стать частью большой и дружной семьи ЮУрГУ.

ступление не закончилось! На сцене появилась блистательная «Победительница конкурса двойников Анны Седоковой» – Юлия Кугенева, которая сразила всех своей красотой. В течение нескольких минут нотки ее голоса проникали в сердца студентов и заставляли их биться быстрее с каждой секундой.

А грустная девушка, выступавшая в номинации «Мечтает попасть в программу «Жди меня»» – Виктория Микусева - исполнила грустную песню о любви. Ярким финальным номером стало выступление поп-группы “Stells Show!” Анна Ситникова и Владимир Маслаков исполняли зажигательную песню и еще успевали танцевать. В роли подтанцовки выступили все участники шоу – они танцевали с бенгальскими огнями в руках. На яркой ноте феерическое выступление нашего факультета подошло к своему концу, но аплодисменты зала дали ясно понять, что нас еще не скоро забудут!

После подведения итогов наступил момент награждения. Двое студентов нашего факультета стали победителями: Анастасия Забуга заняла первое место в номинации «Художественное слово», а дуэт “КаКи” - в номинации “СТЭМ”. Поздравляем наших победителей, желаем им новых творческих успехов!

Говорят лауреаты фестиваля:

Анастасия Забуга (победитель в номинации “Художественное слово”):

- Как ты попала на это мероприятие?

- Меня, можно сказать, силой отправили на конкурс Настя Болдырева – моя одноклассница, подруга и участница конкурса, и Сережа Массовец – наш куратор!

- Какой творческий коллектив сложился за это время?

- САМЫЙ ЛУЧШИЙ!!! Наши наставники - Маша, Боря, Настя и Серёжа - искренне переживали за нас и очень поддерживали. Впрочем, и сами участники – мои одноклассники - не давали падать духом, радовались успехам друг друга. Так что работала я в атмосфере тепла, дружбы и взаимопонимания.

-Каково это - быть лучшей и занять первое место?

- Это очень неожиданная победа, но быть первой – это, конечно, круто!

Кирилл Рунг (победитель в номинации “СТЭМ”):

-Что это за необычный дуэт “КаКи”?

- “КаКи” – это просто соединение имен Катя (моя партнерша Екатерина Лаптева) и Кирилл. Создан этот дуэт ради одной сценки - “Отелло и Дездемона”, но я думаю, что мы еще покажем что-нибудь...

- Как ты стал участником этого фестиваля?

- Как только узнал о том, что проводится конкурс талантов первокурсников, у меня сразу появилась мысль там выступить.

- Какие впечатления у тебя остались от всего выступления факультета Коммерции?

- Очень доволен нашим общим выступлением и могу с уверенностью сказать, что на факультете Коммерции царит дружественная обстановка – идеальный климат для расцвета всяческих талантов!

- Открой нам секрет своего успеха!

- К сожалению, только мы одни были представлены в номинации “СТЭМ”! Но радует то, что члены жюри, когда дарили нам приз, сказали, что даже из десяти номеров мы все равно были бы лучшими!

Мария Охалкова, КОМ-256



Начало выступления первокурсников факультета Коммерции



Дуэт “КаКи” стал победителем в номинации “СТЭМ”



Анастасия Забуга победила в номинации “Художественное слово”

Гости начали свой рабочий день в Челябинске с переговоров с руководителями отдела международных связей ЮУрГУ и факультета Коммерции. Затем для них была организована экскурсия по университету, масштабы которого просто поразили американцев, поскольку в их родном университете обучается всего две тысячи студентов.

Затем состоялась презентация, в ходе которой Томас Масси рассказал о том, что в ЮУрГУ будет открыт набор для подготовки магистров по следующим направлениям: магистр в сфере государственного управления, магистр в сфере профессиональных коммуникаций (маркетинговые коммуникации), магистр в сфере профессиональных коммуникаций (управление человеческими ресурсами), магистр в сфере информационных технологий.

Главные преимущества реализуемых магистерских программ – современные технологии обучения (использование кейс-метода, проведение занятий в режиме on-line, тренинги и деловые игры, capstone – практико-ориентированный проект за весь период обучения, практика в зарубежной компании). К тому же на последних семестрах обучения в образовательном процессе российско-американских специалистов примут участие ведущие преподаватели из Америки, они же будут оценивать и итоговую проектную работу магистра.

Участникам программы предоставляется возможность интенсивного изучения английского языка, а гибкий график занятий поможет совместить учебу с работой. Срок обучения составляет 5 семестров по 14 недель. По окончании обучения выпускники получают диплом магистра университета Кларка (США), государственный диплом о профессиональной переподготовке ЮУрГУ, а также сертификат TOEFL.

Магистерские программы делают акцент на выработку навыков, которые необходимы менеджеру для работы в органах власти, управления отдельным проектом или компанией в целом, работе с персоналом, привлечения клиентов, продвижения товаров и услуг на рынке. Уровень подготовки позволит выпускникам магистерских программ сделать карьеру в ведущих российских и иностранных компаниях или продолжить обучение на докторских программах (PhD) ведущих мировых университетов.

Факультет Коммерции приглашает всех, кто хочет за полтора года обучения получить американский диплом магистра, сдать экзамен TOEFL, пройти стажировку на американских предприятиях, вступать в ряды участников совместной программы. На базе нашего факультета будет вестись подготовка по направлению “Маркетинговые коммуникации”.

Подробнее - на сайте www.susu.ac.ru

Будем готовить магистров по-американски!

В начале ноября в ЮУрГУ состоялась презентация российско-американской программы подготовки магистров. На открытие этой программы к нам в гости приехали гости из расположенного в штате Массачусетс Университета Кларка - декан Томас П. Масси и вице-президент по маркетингу и коммуникациям Паула Р. Дэвид.

Досье “Ком//Юнити” : Университет Кларка



Университет Кларка, основанный в 1887 году, занимает 24-е место среди вузов США по качеству образования, 5-е – по количеству студентов. Кроме того, университет занимает 57-е место в мире по инновационному развитию. В 1957 году при университете основан вечерний колледж, затем - колледж профессионального непрерывного обучения. Помимо высочайшего рейтинга, университет имеет богатый опыт взаимодействия с другими странами по открытию филиалов. Например, партнерами учебного заведения являются вузы Израиля и Польши.



Гости из Америки и их партнеры из Астраханского университета после переговоров в Институте международного образования ЮУрГУ



Во время презентации совместной программы студенты задавали немало вопросов - как на русском языке, так и на английском

Жажда - ничто, имидж - все!

Все эти вопросы обсуждались на круглом столе, который прошел в рамках презентации российско-американской программы подготовки магистров в ЮУрГУ. Участниками обсуждения стали преподаватели кафедр «Маркетинг и менеджмент» и «Маркетинговые коммуникации», приглашенные маркетологи, а также гости из Америки – вице-президент Университета Кларка по маркетингу и коммуникациям Паула Р. Дэвид.

Круглый стол начался с рассказа об опыте создания имиджа самого Университета Кларка. Его начало напоминало сценарий американских фильмов: работавшая в сфере бизнеса женщина-маркетолог получает приглашение поработать над маркетингом вуза и принимает его, понимая, что работу придется выстраивать «с нуля».

- Мне было нелегко перестроиться, - говорила Паула. - Но постепенно я поняла, что задачи маркетолога в университете остаются прежними. Надо укреплять позиции на рынке, противостоять конкурентам, искать и находить путь к сердцу своих потребителей. Конкуренция для университета Кларка очень высока – ведь мы находимся в штате Массачусетс, где располагаются такие известные вузы, как Бостонский университет и Массачусетский технологический институт. Поэтому мы решили изменить свой имидж, сделав его более динамичным. В качестве девиза университета решено было избрать фразу «Брось вызов условностям! Изменяй мир!».

Проведя ряд исследований, Паула и ее команда (как выяснилось, в отделе маркетинга вуза работает девять человек) наметили программу преобразований; прежде всего изменился облик веб-сайта университета, на нем открылись специальная страничка «обратной связи», появился свой форум и отдельный раздел для выпускников. Изменился и дизайн представительской печатной продукции – для разработки макетов было привлечено профессиональное рекламное агентство. Большое внимание уделяется и корпоративным изданиям: в университете выходит свой представительский журнал и студенческая газета.

После такого содержательного рассказа присутствующие буквально забросали докладчицу вопросами. Например, директор рекламно-имиджевого агентства «Иероглиф» Дмитрий Довбня интересовался, применяет ли Университет Кларка такую технологию, как «дизайн сервиса». Звучали также вопросы об отношениях с местной администрацией, о том, как участвуют в работе по созданию имиджа вуза студенты.

С ответным докладом о том, как строится работа по созданию имиджа ЮУрГУ, выступила заместитель декана факультета Коммерции, заведующая кафедрой «Маркетинговые коммуникации» Ирина Юрьевна Окольниковишкова.

Что такое «бренд высшего учебного заведения»? Из чего складывается имидж университета? Нужен ли вузу маркетинг? И кто должен заниматься продвижением образовательных услуг?

Проблемы, стоящие перед университетами, при всем различии американской и российской действительности, похожи.

В нашем вузе ведется активная работа по обновлению веб-сайта, выпускаются корпоративные газеты, образовательные услуги активно продвигаются с помощью рекламы, мероприятий по связям с общественностью. Конечно, в российском образовательном пространстве не встретишь вуз, который, как университет Кларка, вынес бы в заголовок своих буклетов слово «Страсть» (к знаниям, к изменению мира). Но зато у нас есть свои оригинальные находки в области продвижения.

Разговор за «круглым» столом получился интересным и «горячим» - вместо отведенных для общения полутора часов коллеги общались почти три, и потом с трудом расставались, обмениваясь телефонами и адресами.



Презентацию службы маркетинга Университета Кларка представляет Паула Р. Дэвид



Участники и гости круглого стола



Ответ на свои вопросы слушает генеральный директор РИА «Иероглиф» Дмитрий Довбня



А спорит - бизнес-тренер по маркетингу, доцент кафедры «Маркетинг и менеджмент» Денис Стукалов

28 октября в Выставочном центре ЮУрГУ состоялось награждение победителей Всероссийской студенческой олимпиады «ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ДИЗАЙН В РЕКЛАМЕ», которая ежегодно проводится на факультете Коммерции под эгидой Министерства образования и науки РФ.

Не каждому вузу выпадает такая честь - шесть раз подряд принимать у себя Всероссийскую олимпиаду. Это говорит о многом - например, о том, что у нас уже сложилась своеобразная школа талантливых дизайнеров-рекламистов. Не случайно в большинстве номинаций олимпиады (а их было более 10), победителями стали студенты специализации «Художественный дизайн в рекламе» факультета Коммерции ЮУрГУ.

Между тем конкуренция была серьезной – свои работы на конкурс предоставили студенты из 15-ти вузов России. В олимпиаде, наряду со студентами ЮУрГУ, приняли участие студенты из других вузов Челябинска, а также Екатеринбургa, Магнитогорска, Новосибирска.

Строгое жюри, состоящее из руководителей рекламных агентств и ведущих рекламных дизайнеров города, высоко оценило уровень студенческих проектов.

- Вспоминая те работы, которые размещались на этих стендах шесть лет назад, я вижу несомненный рост всех участников. Это дизайн-проекты, которые почти ничем не отличаются от тех, которые жюри рассматривает на «взрослых» рекламных фестивалях, - сказал на открытии выставки один из членов жюри, доцент кафедры «Маркетинговые коммуникации» Андрей Александрович Ваганов.

На стендах можно было увидеть самые разнообразные проявления творческой фантазии участников: например, многим понравилась необычная серия рекламных плакатов для торговой марки «Аргяша»: “Веселая колбаска”, “Дружные сосиски” и “Крутая курочка”.

Были на выставке и бесспорные лидеры - например, потрясающий по своей цельности и проработанности фирменный стиль Челябинского цирка, автор которого - Ольга Васик - даже защищала свой проект, надев на голову цилиндр фокусника.

Участники олимпиады состязались в рек-

ламирании товаров и услуг, социально-значимых идей и некоммерческих организаций. Например, одним из явных фаворитов конкурса стал проект рекламы зоопарка.

Конечно, не обошлось и без “шоковой терапии”. Работы участников номинации “Социальная реклама” порой невозможно было рассматривать без внутреннего содрогания. Но именно такой реакции и ожидали авторы работ, которые стремятся привлечь внимание к “большим вопросам” общественной жизни.

В работе жюри приняли участие президент Челябинской рекламной ассоциации «РА» Сергей Александрович Шумаков и вице-президент, директор рекламной фирмы «Элефант» Михаил Юрьевич Смирнов. Они также отметили, что многие из представленных работ можно смело применять на практике. Особо порадовало членов жюри наличие уже реализованных проектов.

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА:

Татьяна Александровна Вековцева, доцент кафедры “Маркетинговые коммуникации”, член Союза дизайнеров России, член жюри олимпиады:

- Любая олимпиада - это возможность взглянуть на себя со стороны, сравнить свои работы с теми, что присланы из других городов и регионов. И нас радует разнообразие представленных работ. Можно уже говорить и об индивидуальном стиле разных авторов, и об индивидуальном стиле различных вузов.

Например, новосибирцы традиционно сильны в номинации “Зрелищная афиша”, а наш вуз (точнее, наш факультет) и Российско-британский институт управления всегда показывают прекрасные результаты в номинации “Фирменный стиль”.



Досье “Ком//Юнити”: Олимпиада “Художественно-графический дизайн в рекламе”

II-й (региональный) тур Всероссийской студенческой олимпиады (конкурса) «Художественный дизайн в рекламе» проводится на базе кафедры «Маркетинговые коммуникации», факультета Коммерции ЮУрГУ согласно приказа Федерального агентства по образованию.

Цель конкурса – совершенствование качества подготовки специалистов в области организации рекламной деятельности и художественного дизайна рекламной продукции, повышение интереса студентов к избранной профессии, формирование кадрового потенциала для современного рекламного рынка, обмен опытом между выпускающими кафедрами по подготовке специалистов в области художественного дизайна рекламы.

Олимпиада реализуется в виде конкурса авторских дизайн-проектов (работ) художественно-графических рекламных материалов, выполненных студентами всех форм обучения.

Олимпиада проводится заочно без приглашения участников, приславших работы. На конкурс представляются работы – победители первого тура, выполненные студентами всех форм обучения специальностей «Реклама», «Дизайн». Первый тур олимпиады проводится в базовых вузах.

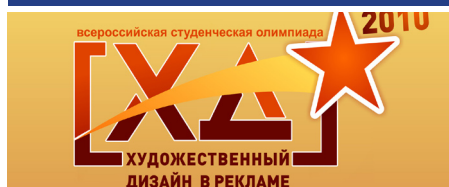


Первые посетители, разумеется - студенты факультета Коммерции



Интервью журналистам дает Татьяна Александровна Вековцева

конкурс



Работы победителей второго тура Всероссийской олимпиады “Художественный дизайн в рекламе”



Фирменный стиль “Челябинский государственный цирк”, автор Ольга Васик (ЮУрГУ). Первое место в номинации “Фирменный стиль”

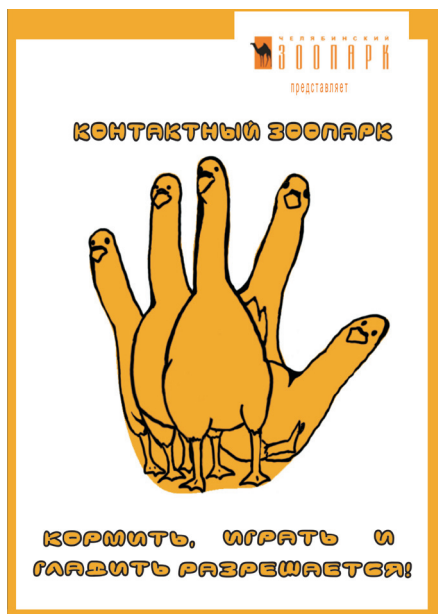
Разработка фирменного стиля и рекламно-графического комплекса для центра детского творчества “Радуга”



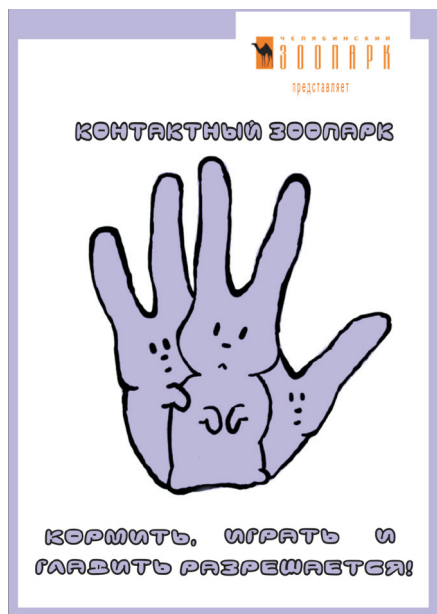
Фирменный стиль центра “Радуга”, автор Наталья Курбатова (НГТУ). Второе место в номинации “Фирменный стиль”



Наружная реклама “Schwarzkopf”, автор Евгений Тимофеев (ЮУрГУ). Спец приз за юмор в рекламе



Афиша "Контактный зоопарк", автор Дарья Кокшарова (ЮУрГУ).
Первое место в номинации "Зрелищная афиша"



Афиша спектакля "Лейтенант с острова Инишмор",
авторы Екатерина Тельменева, Яна Кот (НГПУ).
Второе место в номинации "Зрелищная афиша"



Рекламный календарь фирмы "Европа-Азия", автор Маргарита Петрунина (МаГУ).
Третье место в номинации "Рекламный календарь"



Рекламный календарь "Памятка успешному рекламодателю",
автор Евгения Подседова (ЮУрГУ). Спец. приз в номинации "Рекламный календарь"



Открытки средств для укладки "Wella Design", автор Александра Герасимова (ЮУрГУ).
Первое место в номинации "Рекламная открытка"



Социальная реклама "Отходы - это сырье!", автор Ксения Ковалева (НГПУ).
Спец приз за оригинальную идею в номинации "Социальная реклама"



Упаковка чая "Ahmad Tea", автор Яна Жданова (ЮУрГУ). Второе место в номинации "Рекламная упаковка"



Упаковка водки "Горыныч", автор Алина Горских (ЮУИУИЗ).
Первое место в номинации "Рекламная упаковка"

Стартовав в сентябре, межвузовский научно-практический проект сразу набрал обороты. Одним из этапов проекта стало открытое отчетно-выборное собрание Студенческого научного общества Челябинского института (филиала) РГТЭУ. Студенты факультета Коммерции ЮУрГУ, которые были приглашены на это мероприятие в качестве почетных гостей, выступили с презентацией своих достижений.

Так же успешно выступила наша делегация и на выездном семинаре «Современные технологии управления», который состоялся в филиале Южно – Уральского института управления и экономики, расположенном в городе Карталы. Гостеприимные студенты Карталинского филиала устроили для гостей целый концерт, продемонстрировав свои таланты. Гости тоже не остались в долгу – большой интерес аудитории вызвали мастер-классы, посвященные созданию корпоративного издания факультета Коммерции ЮУрГУ, а так же доклады студентов о результатах исследований в таких областях, как товароведение и экспертиза товаров, маркетинг и реклама.

- Мне очень понравилась презентация города Карталы, которую подготовили студенты филиала ЮУИУиЭ, - говорит участница выездного семинара, студентка факультета Коммерции Валерия Добрынина. - Чувствовалось, что авторы работы не просто любят свой небольшой город, но и вполне профессионально стараются улучшить его имидж.

- На семинаре мы представили проект по организации экстрим-парка на месте Коркинского угольного карьера, - рассказывает студентка Че-

лябинского института (филиала) РГТЭУ Виктория Холстинина, - И нам было особенно приятно, что присутствовавшие в зале студенты из Коркино активно включились в обсуждение перспектив родного города.

Включились в работу «научного марафона» и преподаватели вузов. Именно они вместе с приглашенными специалистами-практиками обсудили актуальные проблемы развития маркетинговых исследований на круглом столе в том же ЧИ(ф) РГТЭУ. Особый интерес присутствующих вызвали обнародованные результаты исследований о влиянии экономического кризиса на работу маркетинговых служб челябинских предприятий.

- Мы, студенты специальности «Маркетинг», тоже были участниками этого круглого стола и представляли результаты собственного исследования, проведенного по заказу Медицинского центра ЧТПЗ, - сказала студентка группы КОМ-567 Мария Карелина, - Для нас было очень приятно, что специалисты-практики, сделав несколько полезных замечаний, в целом хорошо оценили нашу работу! Теперь мы можем внести в нее коррективы и представить на обсуждение на новых мероприятиях научного марафона.

- Каждое мероприятие нашего проекта приносит нам новые впечатления, - говорит куратор СНО Южно-Уральского института управления и экономики Ирина Анатольевна Сергеичева. - Наши студенты выступают перед разными аудиториями, общаются с ведущими специалистами-практиками, просто знакомятся друг с другом и находят новых друзей. А в итоге - научная жизнь вузов становится насыщенной и интересной!

Комментарий оргкомитета:

Анастасия Анатольевна Усова, заместитель декана факультета Коммерции по научной работе:

- Стать участником нашего научного проекта может каждый студент - для этого нужно только желание активно заниматься научными исследованиями. Обратитесь к куратору или тьютору вашей группы, заведующему кафедрой или лично ко мне (мое рабочее место находится в деканате факультета на пятом этаже второго корпуса - ауд. 563/2). Вместе мы определим тему вашей научной работы и мероприятия, в которых Вы можете принять участие.

Кстати, о мероприятиях. 18 ноября стартовала традиционная Международная заочная научно-практическая конференция «Экономика и бизнес: взгляд молодых». Работы на конференцию уже прислали студенты всех вузов - участников «марафона». В ноябре на нашем факультете состоится открытые лекции известного ученого-экономиста, профессора А.Б. Крутика. А с 6 декабря начнется «Экономическая неделя» в Челябинской государственной академии культуры и искусств. В рамках этой недели пройдут научно-практические конференции и круглые столы, принять участие в которых смогут и студенты нашего факультета. А затем студенты специальности «Бухгалтерский учет», смогут принять участие в конкурсе дипломных работ, организованном Финансовой академией при Правительстве России. А программу «марафона» на второй семестр смотрите на следующей странице...



Председатель СНО ЧИ(ф) РГТЭУ с подарком от ЮУрГУ



Участники круглого стола, посвященного проблемам современных маркетинговых исследований



Участники выездного семинара в Каралинском филиале ЮИУиЭ

анонс

Лекции “гуру предпринимательства”

С 29 по 2 декабря ноября на факультет Коммерции с деловым дружеским визитом приезжает доктор экономических наук, профессор Санкт-Петербургского университета Александр Борисович Крутик. Он проведет для студентов открытые лекции “Экономическая наука - современное состояние и перспективы”, “Модернизация экономики Российской Федерации”, “Предпринимательство и нравственность”, “Экологическая составляющая в развитии бизнеса Российской Федерации”. Вход на лекции свободный!

Досье “Ком//Юнити” :

Александр Борисович Крутик - доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ, заведующий кафедрой экономики предприятия и предпринимательства РГМУ, профессор кафедры экономики и предпринимательства Балтийской академии туризма и предпринимательства, профессор кафедры социально-культурного сервиса и туризма Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина и профессор кафедры организации и обслуживания населения Санкт-Петербургского государственного университета сервиса и экономики. Александр Борисович опубликовал свыше 600(!) печатных работ, в том числе 20 монографий и 55 учебных пособий для высшей школы (из них 20 с грифами Министерства образования и науки РФ и учебно-методических объединений). Он известен как создатель научной школы по теории предпринимательства, которая подготовила свыше 100 кандидатов и докторов экономических наук. Участник и организатор большого количества Международных и Всероссийских конференций. Руководитель и ответственный исполнитель научно-исследовательских, хозяйственных и госбюджетных работ для большого количества предприятий по всей России. А.Б. Крутик многократно выступал с лекциями и докладами по проблемам и перспективам развития малого предпринимательства, инновационной и промышленной политики, экономики переходного периода России, духовно-нравственным вопросам развития предпринимательства, высшего профессионального образования .

ВНИМАНИЕ! ИЗУЧАЙТЕ РАСПИСАНИЕ! УЧАСТВУЙТЕ В МЕРОПРИЯТИЯХ ПРОЕКТА!

II Межвузовский научно-практический проект «Студенческая наука: инновационное будущее»

Сроки проведения	Мероприятие	Место проведения	Участники
февраль 2011	Межвузовский тематический круглый стол по направлению «Товароведение и экспертиза потребительских товаров»	факультет “Коммерция” ЮУрГУ	Факультет «Коммерция» ЮУрГУ, РГТЭУ, УрСЭИ, ЧОУ ВПО «ЮИУиЭ», ЧГАКИ
февраль 2011	Конференция студентов и школьников, «Изобразительное искусство и дизайн» посвященная Дню науки	ЧОУ ВПО «ЮИУиЭ» (ул. Комаровского, 9А)	Факультет «Коммерция» ЮУрГУ, РГТЭУ, УрСЭИ, ЧОУ ВПО «ЮИУиЭ» ЧГАКИ
март 2011	Мастер-класс по искусству интерьера. Проводит профессор Красноярского государственного художественного института В.Н. Одношвикин	ЧОУ ВПО «ЮИУиЭ» (ул. Комаровского, 9А)	Факультет «Коммерция» ЮУрГУ, РГТЭУ, УрСЭИ, ЧОУ ВПО «ЮИУиЭ» ЧГАКИ
18.03.2011	Расширенное торжественное заседание научно-технического совета РГТЭУ, посвященное 50-ти летию вуза	РГТЭУ	Представители администрации, вузов, специалисты - практики

Продолжение следует

“Почему необходимо заниматься политикой? Потому что иначе политика займется тобой!” - эта фраза сегодня актуальна, как никогда. Но, к сожалению, большинство студентов абсолютно не представляет себе, как “устроена” современная политическая жизнь, что такое “политические партии” и что они предлагают в качестве своей программы. Но, оказывается, можно узнать обо всем этом... проведя деловую игру!

Студенты приобщаются к политике

В ноябре на факультете Коммерции прошло мероприятие, получившее название «Вернисаж политических партий». В форме игры учащиеся второго курса представляли различные политические партии, разделившись предварительно на команды.

Каждая команда выступала с агитационными плакатами и коротко рассказывала историю возникновения той или иной политической организации, её идеологию и принципы существования. Были представлены такие партии как «Яблоко», «Единая Россия», «КПРФ», «ЛДПР», «Правое дело», «Справедливая Россия» и «Патри-

оты России». Игра проходила в мультимедийной аудитории, что позволило участникам не только подготовить презентации и короткие фильмы о деятельности партии, но и познакомиться с её создателями и яркими представителями.

Все участники выступили достойно, блеснув как своими знаниями в политике, так и способностями настоящих пиар-специалистов – студенты даже раздавали зрителям листовки. Победителей и проигравших в игре нет, ведь целью игры было сделать её максимально познавательной для студентов.

Розалия Заманова



Так студенты представляли политическую партию “Единая Россия”



А так - партию “Яблоко”.

практика

Давно известно - если хочешь стать профессионалом, “стартуй” с самого начального уровня. Этому совету последовала Анна Вензелева.



Вот и лето прошло... Где, интересно, теперь моя бочка?

Как я торговала квасом

Летом я, как и большинство студентов, искала работу. Поиски не увенчались успехом, но, когда я уже отчаялась, работа сама меня нашла. Знакомая предложила подменить одну из продавцов. И я согласилась. Работа заключалась в том, чтобы торговать квасом на разлив. И вот я сижу у желтой бочки с надписью “Квас” на одной из трамвайных остановок улицы Братьев Кашириных.

Стабильного графика установлено не было, т.к. работа сезонная и торговля велась лишь в те дни, когда позволяли погодные условия. Часы работы также не были четко установлены: иногда на рабочем месте необходимо было быть в 10 часов, а в другой раз можно было приезжать и к 12. Но соблюдалось правило – чем позже пришел, тем позже ушел. В среднем рабочий день составлял 9 часов.

К плюсам я могла бы отнести то, что заработную плату выдавали каждый раз в конце рабочей смены. Про ее уровень могу сказать лишь то, что моя работа оплачивалась не хуже, чем работа в студенческих отрядах кассиром, промоутером и т.д. Также к положительным моментам можно отнести общение с людьми (скучать не приходилось). Я научилась быстро пересчитывать деньги, стала более вниматель-

ной (чем никогда не отличалась), т.к. не было специального места для хранения наличности и личных вещей. Начальник был очень вежливый, лояльный мужчина, и всегда, если требовалось, соглашался дать выходной день.

Но, как и в любой другой работе, среди «плюсов» есть и свои «минусы». Например, приходилось работать на жаре без какого-либо навеса, а летом температура зашкаливала за 30 градусов. Обеденный перерыв я могла устроить себе в любое время, когда захочу, но уходить куда-либо было нельзя. Не отрываясь от работы, есть было достаточно неудобно, т.к. как только я собиралась приступить к трапезе, подходили покупатели. Поэтому мой обед ограничивался водой и яблоком. Санитарные условия также вынуждали контролировать количество потребляемой мной воды, как бы жарко мне не было.

В целом, от летней подработки у меня остались положительные впечатления, денежные средства (были потрачены с умом) и желание раскрыть свой рабочий потенциал в дальнейшем.

Анна Вензелева, КОМ-482

А как Вы провели свое трудовое лето?
Напишите нам: com_unity@mail.ru!

Гольф требует невозмутимости

Досье “Ком//Юнити” : Мини-гольф

Мини-гольф - это спортивная игра, в которой отдельные участники соревнуются, загоняя маленький мячик в специальные лунки ударами клюшек, пытаясь при этом пройти отведенную дистанцию за минимальное число ударов. Мини-гольф стал невероятно популярной игрой среди людей, которые любят спорт и активный отдых, а специальные дорожки для офисного и мини-гольфа уже есть во многих кабинетах руководителей. Стоит отметить, что мини-гольф отнюдь не является обычным гольфом в уменьшенном формате. Это совершенно отдельный и полностью самостоятельный вид спорта.

За окном хмурая поздняя осень, ветер и пролетающий снежок. А мы под искусственным солнцем развлекательного центра «Глобус» играем в гольф! Конечно, мы играли не на большом поле. Профсоюзный комитет ЮУрГУ организовал турнир по мини-гольфу.

В назначенный день попробовать себя в этом “непривычном” для нас виде спорта смогли все факультеты университета. Наша команда «Коммерсы» состояла из активистов профбюро. Оказалось, что игра не так проста, как кажется: правильно стоять, правильно держать клюшку и безошибочно рассчитывать силу удара смог не каждый. Зато все мы получили мощный заряд положительных эмоций.

Команда факультета Коммерции показала достойный результат: «Коммерсы» вышли в финал, хотя и не попали в тройку лидеров!

Как известно, гольф - игра английских аристократов. Говорят, что ключом к успешной игре является полная и постоянная невозмутимость. Потому одной из главных примет заядлых игроков является способность произнести любую сложную фразу медленно и четко. Считается, что это является приметой уравновешенности, уверенности в себе и умения филигранно управлять ситуацией.

Надеемся, что в следующий раз в турнире будет участвовать больше студентов факультета Коммерции, которые будут уверены в себе и сохранять полную невозмутимость - тогда наши шансы на победу возрастут!!!

Зарина Нурбаева

В следующем номере - рассказ о других спортивных состязаниях, в которых участвовали студенты факультета



Правильная поза игрока - залог успеха в игре!



Судьи вели строгий учет ударов



Главное - точный прицел!



Участники команды “Коммерсы”

Карамельное посвящение -2010

18 октября состоялось посвящение в студенты первокурсников факультета Коммерции. Темой праздника была выбрана “Карамельная вечеринка”

Всё начиналось прямо при входе - студентам выдавали яркие карамельки. Все гости праздника могли сфотографироваться со сказочными аниматорами в тематических костюмах на фоне огромного баннера со сладостями. Целых 9 профессиональных фотографов и видеооператор старались запечатлеть каждый момент этой сладкой ночи.

Открывали программу участницы конкурса «Краса Коммерции - 2010» с дефиле в стиле “пин-ап”. Вели вечер заводные участники команды КВН «Бомонд». Публику заряжали своей энергией танцевальные коллективы «Active Crew» и «Crazy Family», а в середине вечера на сцене появился настоящий волшебник, который продемонстрировал гостям чудеса магии.

Кроме того, на празднике поздравляли не только первокурсников, но и победителей второго сезона литературного конкурса “Творческая КОМпания”. Главный редактор газеты “Ком//Юнити” Андрей Александрович Ваганов вручил победителям почетные грамоты и призы, а затем лучшие литераторы факультета приняли участие в конкурсе импровизаций, заработав дополнительные призы.

Яркими моментами программы были конкурсы от многочисленных спонсоров - например, состязание по поеданию блинов на скорость, устроенное кафе “Блин-Стрит”.

Окончанием сладкой ночи стало выступление первокурсников с лирической композицией.

Словом, атмосфера была наполнена драйвом и ароматами сладостей. Соответствующая музыка, дресс-код и настроение участников только способствовали общему веселью!

Анастасия Бахтина



У входа в ночной клуб студентов приветствовали “карамельные персонажи”



Фокусник почти заставил поверить в чудеса



Все просто “супер”!



На сцене - герои дня: первокурсники!



Во время праздника активисты профсоюзного бюро факультета поздравили с днем рождения своего любимого куратора - помощника декана по воспитательной работе Наталью Викторовну Попову

Литературный конкурс "Ком//Юнити": Подведены итоги второго сезона

Вот и завершился второй сезон литературного конкурса «Творческая КОМпания», который познакомил дружную КОМанду факультета с новыми авторами стихов и прозы. Не случайно в этом году оргкомитет конкурса учредил номинацию – «Открытие года»: сезон такими открытиями был богат.

Но сначала – о лучших авторах. Еще в прошлом году на страницах газеты дебютировала Дарья Журова, которая обратила на себя внимание жюри, но, к сожалению, осталась без приза. Но в новом сезоне ее стихотворение «Бухгалтеру посвящается» оказалось лучшим среди всех остальных.

А «Лучшим автором в поэзии» стал Александр Шульгин, наш постоянный автор, который пишет много и на самые разнообразные темы. Сегодня Александр – признанный поэт, исполнитель песен на собственные стихи. Он уже не раз выступал с ними на различных концертных площадках.

Призом за лучшее прозаическое произведение отмечена Мара Конд. Ее стихи и прозу отличает какое-то особое настроение легкой грусти и лирической доверительности: кажется, что давний друг рассказывает тебе историю из своей жизни.

Лучшим автором в прозе признана Ольга Тулунина, автор самого необычного эссе нашей

газеты под названием «Принц уволен». Кстати, на церемонии награждения в ночном клубе именно Ольга сочинила лучший экспромт на тему «Программа Work&Travel» и получила дополнительный приз – от туристической компании «Стар-Тревел».

Подлинным открытием года стал Семен Ворошин, автор стихотворений, действующие лица которых – маги, колдуны, пророки. Кроме стихов, Семен пишет прозу в жанре «фэнтези». В его произведениях затронуты вечные темы борьбы добра и зла, света и тьмы.

Совсем иной жанр любим другим автором, отмеченным в номинации «Открытие года»: Михаил Заботин явно неравнодушен к рэпу, и его стихи так и тянет читать в классическом ритме «бум-бокса». О чем они? Конечно, о любви, о жизни, о студенческих буднях и праздниках. Словом, они очень близки нашим читателям!

Итак, награды вручены. Победители получили подарочные сертификаты от сети магазинов «Книжный город», где смогут приобрести любые понравившиеся книги или диски.

А МЫ ТОРЖЕСТВЕННО ОБЪЯВЛЯЕМ ПРОДОЛЖЕНИЕ НОВОГО, ТРЕТЬЕГО СЕЗОНА КОНКУРСА! ЖДЕМ НОВЫЕ ТВОРЕНИЯ ПОЭТОВ, ПИСАТЕЛЕЙ, СКАЗОЧНИКОВ, ЖУРНАЛИСТОВ!



Награды - из рук бесменного руководителя конкурса
Андрея Александровича Ваганова



Вот они, лучшие литераторы факультета Коммерции



Дарья Журова



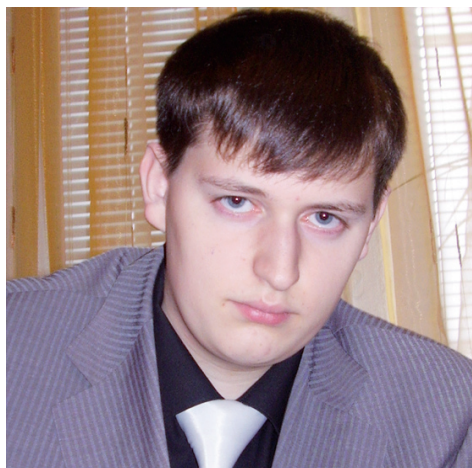
Александр Шульгин



Ольга Тулунина



Мара Конд



Семен Ворошин



Михаил Заботин

Сегодня наш дозор посвящен самым злободневным вопросам: как одеться по сезону самому и одеть своего четырехколесного друга. А в роли бессменного эксперта - преподаватель кафедры "Товароведение и экспертиза потребительских товаров" Валентина Владимировна Ботвинникова.

ЗИМНИЕ ШИНЫ

Приход зимы для автомобилистов – это не только снег и мороз. Эта ещё и извечная суматоха – подготовка автомобиля к неблагоприятному времени года. Насколько уверенно будет держаться автомобиль на заснеженной дороге или при гололеде, во многом будет зависеть от зимних шин.

Главное при подборе зимней резины: важно знать, что каждый производитель выпускает покрышки для разных климатических условий, некоторые из них даже не поставляются в центральную Россию, так как предназначены для температур ниже -30 градусов по Цельсию, некоторые, наоборот, не поставляются на Урал и в Сибирь по причине наших слишком суровых зим.

Каким должен быть размер зимних шин?

Во-первых, размер должен быть таким, каким рекомендует его производитель. Если брать намного больше по ширине, то пятно контакта колеса с дорогой, естественно, увеличится. Но не забывайте, что при этом масса автомобиля распределится таким образом, что сцепление шины с поверхностью дороги уменьшится. Если уже не оказалось необходимого размера, то лучше выбрать немногим меньшую по ширине модель зимних шин, но при этом большую по высоте профиля.

Срок службы зимних шин?

Обычно зимние автошины служат 2-3 сезона. Поводом для замены, может послужить тот факт, что глубина протектора станет меньше 4 мм.

Когда следует ставить зимние шины?

Не ждите первого снега! Зачастую это становится причиной увеличения количества аварий в начале зимы. Рекомендуется менять резину на

зимнюю уже при температуре 7 градусов.

Какими бывают зимние шины?

Зимние шины бывают с отверстиями под шипы, с возможностью ошиповки (шипованные) и нешипованные (фрикционные). Зимние покрышки также различаются по рисунку протектора, составу резиновой смеси - эластичности и жесткости резины в зависимости от погодных условий, присутствием или отсутствием дополнительных ламелей («прорези» на протекторе).

Условно по этим признакам можно выделить шипованные (средняя жесткость) и нешипованные шины («липучки»), скандинавского (мягкие) и европейского (жесткие) типов.

Рекомендации при выборе зимних шин. Когда вы уже сориентировались в шинах и готовы отправиться в магазин за покупкой, стоит определить для себя важнейший аспект – по каким дорогам вы намерены ездить в этом сезоне.

В преддверии зимы, например, четко нужно понять, придется ли вам по большей части совершать загородные поездки, преодолевая попеременно то снежные заносы, то участки полностью обледеневшей трассы. Или вы будете всю зиму колесить в крупном городе, где температура в основном не опускается ниже десяти градусов мороза, а дороги представляют собой чередующиеся отрезки мокрой снежной каши и голого асфальта. Также при выборе покрышек зимой следует обратить внимание на наличие перед вашим домом или стоянкой обледенелого пригорка дороги.

В первых случаях выбирайте «шиповку». Шипованные шины на полированном льду вне



конкуренции, они имеют большое преимущество по сравнению с фрикционными шинами, пускай и самыми «липучими». А на снегу шипы не придадут дополнительных характеристик вашему автомобилю, здесь главную роль играют рисунок, толщина протектора, количество канавок и состав резиновой смеси.

Если речь идет преимущественно об асфальте зимой, то вместо мягкой резины лучше приобрести жесткую: протектор такой резины тверже и шина «держит» нагрузку при торможениях и поворотах.

Напоследок хотелось бы добавить, что не бывает зимних шин, которые могут обеспечить лучшие результаты и на льду, и на асфальте одновременно. Такого не позволяют законы физики. Поэтому, так или иначе, вам придется сделать свой выбор.

И не забудьте обкатать новые покрышки: притирание верхнего защитного слоя (и притирка шипов), после которой шина начнет работать в полной мере, произойдет не раньше, чем вы намотаете порядка 100 километров при скорости, не превышающей 80 км/час (без резких торможений и стартов)

При подготовке статьи использованы материалы сайтов autodela.ru, autobam.ru, clickkoleso.ru



Для того, чтобы спокойно чувствовать себя на скользкой дороге, необходимо вовремя сменить резину!

НОРКОВЫЕ ШУБЫ

Можно прочитать массу книжек, долго копаться в Интернете и найти кучу данных, можно даже перебрать все стандарты, но без практики эта информация ничего не даст. И даже обладая всеми этими знаниями и практическим опытом, эксперты умудряются купить себе дубленки и шубы с разным направлением ворса на разных деталях. Поэтому не надо загружать себя излишним багажом.

Итак, просто выбираем шубу! Самую красивую, самую теплую и именно ту, которую хочется носить... И выбирать ее нужно именно по этим параметрам, а уж потом заглядывать ей «в душу» - то есть под подклад. Пусть лучше шубка будет носиться не 10 лет, зато с удовольствием. Мы все молоды, и покупать шубу на всю оставшуюся жизнь рано.

Конечно, шуба - это не только норка, но для начала опишем именно этот наиболее популярный вид.

НА ЧТО СМОТРЕТЬ?

Первое и самое важное - на мех. Он расскажет о всех злоключениях, которые испытал зверь и его шкура. Мех должен быть блестящим и ровным (насколько это возможно у натурального материала). Блеск должен быть естественным! Цвет не должен быть «линялым». Напрягаем память и вспоминаем всех молодых девушек в норковых шубах, которых мы видели на улицах нашего города. Еще недавно большинство из них были в шубках, которые выглядели как напуганные ёлки: мех неестественно сильно блестел, длинный ворс торчал в разные стороны. Так вот, именно так мех выглядеть не должен! Кстати, и шуб подобных сейчас стало меньше. Догадайтесь, почему.

Чтобы проверить качество меха, можно попробовать немножко потянуть его, но даже если между пальцев осталось несколько волосков, это ни о чем не говорит. Потому что мы не знаем, с какой силой вы тянули. Предупреждаем - чересчур сильно тянуть не надо, однако если при легчайшем воздействии вырвался клоч волос, то это плохой симптом.

Можно провести пальцем против направления роста волос - если мездра откровенно видна, то, скорее всего, шкура была перетянута. Но не ждите, что ее не будет видно совсем.

Можно сжать подол или рукав в кулаке, а потом встряхнуть его - мех должен расправиться. При этом следы от пальчиков оставаться не должны, много «заломов» («расколов») на мехе - тоже не хорошо.

Окрашенный мех не должен пачкать руки. Для того, чтобы убедиться в этом, можно потереть мех мягкой салфеткой и проверить на наличие следов краски. Бывает, что при сухом воздействии краска не пачкает, а при влажном (например, в области шеи) пачкает.

«Мездра какая то у вас не мездристая!» - любят завернуть некоторые покупатели, начитавшись советов. Для неспециалиста важно знать несколько параметров: в идеале мездра мягкая, замшевая, ровная, без торчащих клочков кожаной ткани и большого количества пуха, без «колючести», эластичная, светлого цвета. Но не редко ее обрабатывают специальными составами, предохраняющими шкуру от деформации, как следствие, она может иметь другой цвет. Если шуба сшита из пластин, то мездра должна немного тянуться. Если встряхнуть шубу, она не должна издавать никаких «гремющих» звуков (этот дефект можно почувствовать и при простом сминании).



Вариант норковой шубы для малышек

Из какого меха приобретать шубку, зависит от вашего желания и от величины бюджета. Можно сказать только, что норка наиболее долговечна и не боится нашего влажного климата. Впрочем, шубка из меха кролика менее дорогостоящая, а при современной обработке имеет достаточно неплохой вид. Однако наиболее популярным в последнее время стал мутон. Этот мех отличается долговечностью, множеством вариантов выделки и по цене ниже, чем, например, норка. Так что выбирать только вам!

Но вот о чем нужно помнить при раздумьях на тему зимней одежды: в гардеробе женщины, да и мужчины тоже, должно быть не менее двух зимних вещей. На холодную и мокрую погоду. Стиль и модель зависит только от вашего вкуса. Например, шуба (дубленка) и пуховик (пальто). А так же, приобретая новую вещь, старайтесь избавляться от одной старой. Если вы не надели ее пару сезонов, то, скорее всего не будете носить вообще.

УДАЧНОЙ ЗИМЫ!

В следующем выпуске мы поговорим на тему современных утепляющих материалов зимней одежды (синтепон, пух-перо, изософт, файбертек, холлофайбер, тинсулейт, а также знаменитая мембрана). А также будем дальше выбирать шубу - из мутона, куницы, нутрии и других видов меха.

Внимание! Специально к новогодним праздникам! Обзор новогодних украшений: гирлянд и праздничных огней!



Для ценителей натурального меха - самые разнообразные фасоны шуб



Эта выставка стала одним из заметных событий ноября в Выставочном центре ЮУрГУ. На ней были представлены фотоработы участников мероприятий Центра детско-юношеского туризма и краеведения «Наследие»

Центр детско-юношеского туризма и краеведения «Наследие» впервые стал экспонентом Выставочного центра нашего университета. Центр занимается проведением комплексных и профильных экспедиций юных геологов, биологов, краеведов, в которых старшеклассники познают красоту уральской природы, ловят фотообъективом забавные и удивительные моменты жизни растений и животных. «Пойманные» с помощью фотоаппарата, теперь они остались с нами, и можно даже зимой полюбоваться красотой уральского лета.

На открытии выступили начальник отдела дополнительного образования Министерства образования и науки Челябинской области Елена Александровна Коузова и декан факультета предвузовской подготовки ЮУрГУ Юлия Олеговна Болотина.

Четвертый год Центр совместно с областным государственным учреждением «Особо охраняемые природные территории» проводит областной конкурс «Охрана природы Челябинской

области». Один из разделов программы – это конкурс фотографий. Подведение итогов конкурса проходит в рамках ежегодного Фестиваля экспедиционных отрядов, который проводится в декабре. Кстати, в этом году будет проходить уже восьмой фестиваль.

Работы на конкурс участники присылали из разных уголков Челябинской области. Авторы – школьники и учащиеся учреждений дополнительного образования из Бакала, Трехгорного, Карабаша, Копейска, Миасса, Южноуральска, Челябинска, Сосновского района, ЗАТО «Локомотивный» – запечатлели пожалуй, самые красивые мгновения из жизни Южного Урала. Вот восходы и закаты, а там – радуга и роса. Справа – причудливый лес и дороги, ведущие вдаль...

Особое впечатление на посетителей произвели лица детей: счастливые, задумчивые, мечтательные, целеустремленные, смеющиеся, познавшие радость покорения вершин – вот такими предстали участники походов Центра «Наследие».

Особая благодарность организаторов выставки – руководителям детских объединений, педагогам. Многие годы с Центром «Наследие» сотрудничает Юрий Валентинович Драков. Это удивительный человек: педагог, краевед, фотограф. После окончания пединститута работал в школе, водил детей в походы, затем с единомышленниками организовал первую в России детско-юношескую спортивную школу по ориентированию. Юрий Валентинович передает свое мастерство юным последователям и является постоянным членом жюри конкурсов, конференций, фестивалей Центра «Наследие». На выставке также была представлена экспозиция работ Юрия Валентиновича Дракова.

В жизни многое не замечаешь: неброской красоты, контрастности цвета, живого взгляда птиц, насекомых. Поэтому очень ценно «остановить мгновение», научиться видеть необычное, сопереживать, сохранять природу.



На открытии выставки: заместитель декана факультета Коммерции Ирина Юрьевна Околышниковна, начальник отдела дополнительного образования Министерства образования и науки Челябинской области Елена Александровна Коузова, декан факультета предвузовской подготовки ЮУрГУ Юлия Олеговна Болотина.



Участников приветствует председатель правления Челябинской областной общественной организации «Центр детско-юношеского творчества «Наследие» Татьяна Леонидовна Корецкая



Студенты ЮУрГУ и приглашенные гости знакомятся с экспозицией выставки



Яра

Певец и лесные духи

Прозрачными тонкими нитями мелодия лиры оплетала воздух. Очарованные волшебным звучанием лесные духи слетались к таинственному музыканту. Иногда он пел на неведомом им языке. Музыкант был слеп, но слух заменял ему зрение. Кому играл он в лесу, где тропинки давно заросли и много-много лет не появлялись люди? О чем были его песни?

В них слышалась и тихая светлая радость, и печаль, и сожаление. Незримые обитатели леса любили музыканта. Из множества голосов только его голос они узнали бы и через сотню лет. Певец исчезал и внезапно появлялся вновь. В часы томительного ожидания духи беспокоились о музыканте: вдруг он умер? Вдруг он никогда не вернется? И с грустью обитатели леса понимали, что, если музыкант погибнет, то они не узнают об этом. Но всякий раз слепой певец приходил в лес и играл одну чудесную мелодию за другой: то дракон взмывал в небо и парил среди золотых облаков, то прекрасная бабочка перелетала с цветка на цветок, то человек сокрушался о чудовищной ошибке, совершенной им.

Однажды музыкант подошел к чаще, но остановился перед деревьями и громко произнес:

- О, лесные духи! Вы слушали песни мои. Лира моя играла для вас. Благодарю! – поклонился он. – Теперь я должен покинуть сей благословенный край. Не ведаю: суждено ли мне когда-нибудь снова спеть для вас, потому – прощайте!

И музыкант ушел. Огорчились духи лесные. Не могли они переубедить певца, ибо были немые. Оставалось лишь смириться с его решением.

Узнали позже волшебные обитатели леса от братьев своих земных, что война бушует в людских странах, и певец слепой играет на лире для воинов.

Битвы закончились, и вернулся загадочный музыкант. Он сел на поваленное дерево и, лиру серебрястую отложив, рассказал друзьям своим незримым одну историю:

- Я был молод тогда. Ходил из города в город, всюду исполняя сочиненную мной балладу. Люди говорили о красоте песни, но не было им дела до меня. С последним звуком лиры взгляды восхищенные исчезали. И вот в один из солнечных дней милая девушка, спешившая по своим делам, остановилась послушать меня. Ей, как и другим, понравилась баллада. Но еще девушка спросила, как меня зовут, и пригласила в гости. Лишь ее слова я запомнил. Пообещав навесити, я пришел, когда начались кровопролитные сражения. Я пел и играл для уставших воинов. Они ничего не говорили, но улыбались, слушая



лиру. Я исполнил клятву – вознаградил девушку за ее участие. А уходя из леса, я обещал себе, что возвращусь к вам. У нас, вольных странников, нет ничего, кроме желаемой столь многими свободы, потому клятвы святы для нас. Спасибо!

Музыкант взял лиру и начал играть новые песни, что принес из далекого города. Не было в тех мелодиях ни войны проклинаемой, ни войны восхваляемой. Была свобода. Свобода бесконечная и счастливая!

Судьба племени

В недосыгаемо далеком и удивительно близком крае жило племя Зеленых. Не знали они ни одежды, ни орудий труда. Питались тем, что дарует земля. Небо над Зелеными было белым, но, раз они не ведали лазури небес, то могли представить лишь белое небо. Ночь и день не сменялись за сутки, нет. Одну половину их месяца было тепло и светло, вторую – темно и страшно. Когда цвет кожи кого-то из племени немного менялся, его приносили в жертву прекрасной Богине плодородия. Она защищала племя от голода и болезней, благословляла новорожденных.

Однажды случилась страшная беда – чума пришла в деревню: Зеленые заживо гнили. Выступил старейшина племени:

- Братья мои, постигло нас великое несчастье. Стойко переживали мы потери, но умерших стало слишком много. И некого отдать Богине, ибо подходящие кандидаты больны, а обман может навлечь гнев заступницы.

Тут из толпы раздались крики:

- Да она бросила нас! Почему мы должны жертвовать кем-то в угоду безжалостной Богине? Разве нет для нас судьбы лучше, чем сгнить в руках той, кто властвует над нами?

И начался бы бунт, если бы не слова старейшины:

- Лучшая судьба для нас – оказаться в царстве Богини, а не умереть от болезни или погибнуть в борьбе за нелепую свободу!

- Почему? – злобно прозвучал тот же голос.

- Да потому что мы – помидоры!

Ничего не поделаешь, они и вправду были помидорами....

Сегодня в нашей рубрике - гость.

Впервые на открытый конкурс

“Творческая КОМпания” свои стихи прислал студент физико-металлургического факультета А. Бузев

(к сожалению, полного имени автор не указал).

Поздравляем с дебютом!

Новая жизнь

Представь, что жизнь надо начать с нуля,

Но не осталось чистой бумаги...

Что шампанское не разбито,

якорь на дне, реют флаги,

Но в порту уже нет корабля.

Представь, что ты такой же, как и я,

Что разница в памяти

не имеет значения.

Что всё, что мы делали, было зря,

И наш некролог лишён

подлежащего, сказуемого,

определения.

Закрой глаза и глубоко вдохни,

Вот - вся наша жизнь в перспективе.

Пройдут года, как проходят дни:

В ожидании смерти,

как в “Зеленой миле”.

Представь, что на вдох уже

не хватает времени,

Что все песни спеты или не написаны,

Что полно деревьев, но нет зелени,

Что мутанты перестали

рождаться лысыми.

Что последняя остановка

для нас - не конечная,

Что вся прошлая жизнь

лишь набор старых ран,

Что ты давишь на газ,

когда впереди - встреча.

Что твоё дыхание поглощает туман...

Представь, что Луна не всегда молчала,

Что тебя ловили, но живым не взяли,

Что никто не умер, но цветы завяли,

Что жизнь надо начать сначала...

ВНИМАНИЕ! Редакция “Ком//Юнити” объявляет конкурс Новогодних сказок!

Присылайте свои творения на наш электронный адрес com_unity@mail.ru до 20 декабря! Самые лучшие волшебные и трогательные истории будут опубликованы на страницах новогоднего номера! Всех сказочников ждут новогодние сюрпризы и сувениры!

Дубай: город-сказка, город-мечта

Как писала великая Агата Кристи: "Главное - быть подальше от Лондона в январе". Мне всегда вспоминается эта фраза, когда начинаются осенние холода. Тем, кому зябко в ноябрьском Челябинске, посвящается рассказ Вадима Куликова о жарких Эмиратах.



Так случилось, что наша семья часто бывает в Арабских эмиратах. Эта волшебная страна и ее столица – Дубай – произвели на меня сильное впечатление, о котором невозможно не рассказать.

Немного истории:

Раскопки свидетельствуют, что на месте современного Дубая древние поселения возникли более 4000 лет назад – здесь встречались рыбаки и торговцы, кочевники и ловцы жемчуга.

В середине XIX века Дубай стал успешным торговым городом с многочисленными магазинами

Дубай - второй по величине эмират Объединенных Арабских Эмиратов (ОАЭ) - растянулся вдоль берега Персидского залива на 72 километра, по обе стороны узкого, затопленного морем лимана Крик (Creek). Пролив Крик делит Дубай на две части. На одном берегу расположен район Бар-Дубай, на другом — район Дейра. Обе стороны соединяются в трех местах - мостами Аль-Мактум, Аль-Гархуд и знаменитым туннелем Шиндога (прототипом Ла - Маншского

туннеля), который проходит под устьем пролива.

Конечно, одно из самых сильных воспоминаний – это Бар – Дубай, самый первый небольшой район, в котором сохранились традиционные устои этого великолепного города. В Бар-Дубае можно достать все те вещи которыми арабы пользовались в древности, начиная от пряностей и заканчивая традиционными костюмами и кальянами.

Приезжая в этот район можно изучить всю историю эмирата, лишь только гуляя по его великолепным узким улочкам. Эти башенки, которые вы можете видеть на снимке ниже, являются кондиционерами! Еще со времен седой древности башня на каком либо строении показывала: «здесь живет состоятельный человек». Внутри этой башни хозяйки вешивали мокрые после стирки вещи, и горячий пустынный ветер, проходя сквозь них, попадал в дом уже достаточно прохладным. Так появился еще один плюс этих башен – сушка белья.

Еще мне очень понравилась Дейра – деловой и торговый район города. Здесь расположены офисы таких компаний как: IBM, Microsoft, Virgin. Дейра по праву считается районом оптово-розничной торговли. Сразу же на выезде из подводного тоннеля, соединяющего районы Дейра и Бар-Дубай, располагаются рынки: рыбный (Fish Market), фруктовый (Fruit Souk), рынок специй (Spice Souk) и знаменитый на весь мир, составляющий около 35% годового оборота золота, Золотой рынок (Gold Souk). Также эта часть Дубая привлекает изобилием торговых центров и многочисленностью разноплановых магазинов, где можно приобрести всё без исключения - от электроники до нарядов от кутюр.

У нас все "самое":

Что мне еще нравится в Дубае – стремление города удивить весь мир.

Один рекорд за другим. Дубай с 1990 года каждый год (да ещё и не по разу) попадал в книгу рекордов Гиннеса. К сожалению первый рекорд не является поводом для гордости: в 1995

году в Объединенных Арабских Эмиратах только 0.2% населения имело возраст 75 лет или более. По этому показателю ОАЭ были внесены в Книгу рекордов Гиннеса. Последующие же рекорды, действительно являются доказательством предприимчивости дубайцев. Вот некоторые из них:

1) Повара из 28 крупнейших отелей Дубая к Дню Независимости ОАЭ состряпали фруктовый торт из фиников и бананов длиной 2,530.8 м. Торт был выставлен на набережной, Дубая.

2) Построенный на рукотворном острове в нескольких сотнях метров от берега отель "Бурж Аль Араб" (Burj Al Arab), в переводе - Арабская Башня, достигает в высоту 320.94 метров и является высочайшим отелем в мире.

3) Не можете найти друга? Направляйтесь в Объединенные Арабские Эмираты, где на каждую женщину приходится два мужчины. Мужское население ОАЭ составляет от общего числа 67.54%, а женское только 32.46%.

4) "Дубайская башня" (Burj dubai) будет абсолютным рекордсменом среди небоскребов по нескольким категориям. 25 сентября 2006 года небоскреб достиг высоты 512 м, превывсив самое высокое на земле здание Taipei 101 в столице Тайваня. Строительство "Бурдж Дубай" началось в 2004 году. В нем будет 160 этажей, 56 лифтов и смотровая площадка на 124-м этаже. Компания "Эмаар", стоящая высотой, заявила, что она будет выше 700 метров. В любом случае "Башня" установит сразу несколько мировых рекордов - по числу этажей, по высоте последнего жилого этажа, общей высоте, высоте шпиля, высоте крыши и громоотвода. По крайней мере в течение пяти лет "Дубайская башня" останется самым высоким зданием на планете. Сейчас на ней работают четыре тысячи рабочих, поднимающих небоскреб выввысь на один этаж за три дня.

Все эти достижения были внесены в Книгу рекордов Гиннеса. Но это далеко не полный список рекордов!



Так выглядел Дубай в древности. Район Бар-Дубай



А так город выглядит сегодня!

Современный Дубай:

Современный Дубай - это фешенебельные отели - такие, как самый высокий отель в мире Бурдж Аль Араб, отель Джумейра, отель Атлантис и многие другие. Это бесконечно большие моллы (супермаркеты) - например, Mall of the Emirates, известный тем, что в его стенах построили Ski Dubai, единственный снежный комплекс, внутри которого -5, а снаружи +40.

Можно с легкостью сделать покупки в этом молле, а затем оставить их в машине и пойти покататься на снежках со своими друзьями, или покататься на сноуборде и горных лыжах. Dubai Mall опять же самый огромный супермаркет - в его стенах расположились магазины и бутики таких брендов как Louis Vuitton, Gucci, Dolce & Gabbana.

Это самые дорогие районы города Dubai Marina и Jumeirah в которых около 40 процентов населения составляют русские.

В одном из домов района Джумейра не так давно приобрел себе квартиру Владимир Вольфович Жириновский, яхту Романа Абрамовича так же видели в бухте этого района, частенько сюда наведывается Михаил Прохоров (самый богатый человек России) и другие состоятельные олигархи.

Еще 10 лет назад Эмират Дубай полностью зависел от экспорта нефти. Но правители Дубая вложили громадные средства в развитие туризма и строительства. И результат превзошел все ожидания: на данный момент это государство всего лишь на 7% зависит от доходов экспорта нефти.

Вот такая страна, которая на своем примере показывает, как надо с толком использовать нефть-доллары. Ее пример - другим наука!



Самый высокий небоскреб в мире!

Читайте в декабрьском номере в "travel-альбоме": "СОЛЕННЫЕ ВЕТРА НОРМАНДИИ".
Пишите нам о своих путешествиях и впечатлениях!

гороскоп декабря

Овен: 21.03 – 20.04



Декабрь преподнесет Овнам массу новых впечатлений и встреч. Деловая жизнь будет весьма насыщенной, однако это не означает, что об отдыхе следует забыть. Напротив, декабрь ни в коей мере не противоречит проведению культурных мероприятий.

Телец: 21.04 – 20.05



У Тельцов декабрь окажется радостным и полным любви. Однако забывать про работу не стоит. Если Тельцы не поленятся и потрудятся на славу, их ждут весьма приятные сюрпризы в виде премии или похвал начальства. Никаких волнений не предвидится.

Близнецы: 21.05 – 20.06



Близнецам настоятельно рекомендуется в декабре избегать чрезмерных физических нагрузок. Лучше взять небольшой тайм-аут и отдохнуть. В противном случае проблемы со здоровьем неизбежны. Финансовых проблем не предвидится, несмотря на небольшое затишье на работе.

Рак: 21.06 – 22.07



Спокойная и обычно размеренная жизнь Раков в декабре может подвергнуться серьезному испытанию в виде бурно развивающихся романтических отношений. Им будет непросто сосредоточиться на профессиональной деятельности. Однако, только сосредоточившись на работе, Раки смогут избежать серьезных финансовых проблем.

Лев: 23.07 – 22.08



Львов в декабре не оставят профессиональные заботы. Однако не следует огорчаться из-за неприятностей и сложностей на работе, дома Львов будут ждать любовь и тепло близких. На любовном фронте все останется без перемен.

Дева: 23.08 – 23.09



Для Дев декабрь - месяц полной гармонии как в профессиональной деятельности, так и в личной жизни. Звезды благосклонны к этому знаку, а потому Девы могут пользоваться своим влиянием на других людей, получая от этого удовольствие.

Весы: 24.09 – 23.10



У Весов личная и профессиональная жизнь будут способствовать отличному настроению. Им предстоят новые чувства, новые открытия и незабываемые впечатления. В течение всего месяца Весы будут окружены дружеским отношением и всеобщим вниманием.

Скорпион: 24.10 – 21.11



Благодаря расширению связей из-за обилия в декабре застолий и вечеринок, Скорпионы обзаведутся новым, весьма полезным знакомством, которое положительно повлияет на их карьеру. Возможны некоторые шероховатости в личной жизни и несущественные проблемы со здоровьем, но это переживаемо.

Стрелец: 22.11 – 21.12



Стрельцы достигнут невероятных успехов в карьере. В декабре начальство наконец-то оценит их по достоинству, так что Стрельцы могут без опаски поднимать вопрос относительно повышения заработной платы. Вероятнее всего, результат будет положительным.

Козерог: 22.12 – 19.01



У Козерогов в декабре на любовном фронте все останется без перемен, а потому можно уделить время работе, которую успели забросить. В этом месяце им удастся самореализоваться лучше, чем когда-либо ранее.

Водолей: 20.01 – 18.02



Водолеи в декабре ожидают семейные неприятности. Придется приложить немалые усилия для того, чтобы привести все в норму. Радует только то, что на работе все спокойно и без изменений.

Рыбы: 19.02 – 20.03



Для Рыб в декабре самое главное - поспевать за всем происходящим, настолько стремительным окажется этот месяц. Лучше спланировать все личные и рабочие дела заблаговременно, в противном случае аврал просто неизбежен.

В следующем номере - большой гороскоп на январь и весь 2011 год.

Выставочный центр
 «Наука и технологии Южного Урала»
 открывает 8-ой сезон!

АНОНС

с 26 ноября по 14 декабря
 «Пленер - 2010»



26 ноября в 13 часов состоится открытие выставки художественных работ студентов факультета Сервиса и туризма «Пленер - 2010».

На выставке представлены рисунки, и живописные полотна, выполненные студентами 1 и 2 курсов специальности «Технология художественной обработки материалов» во время летней пленэрной практики в СОЛ «Олимп» нашего университета. Выставка продлится до 14 декабря 2010 года.

с 17 по 30 декабря
 «Рукописная ткань»



17 декабря в 13 часов состоится открытие выставки художественных работ студентов факультета Сервиса и туризма «Рукописная ткань». На выставке представлены декоративные панно, платья, костюмы, платки, выполненные студентами специальности «Технология художественной обработки материалов» в технике горячий и холодный батик. Выставка продлится до 30 декабря 2010 года.

Выставочный центр, работу которого курирует кафедра «Маркетинговые коммуникации», работает в аудитории 020 главного корпуса (правая лестница, цокольный этаж)

с пн. по пт. с 10.00 до 17.00

ЖДЕМ!



Центр рекламных технологий
 факультета Коммерции ЮУрГУ

Оперативная полиграфия:

визитки
 флаеры
 буклеты
 листовки
 афиши
 календари
 блокноты
 грамоты
 дипломы

Сувенирная продукция:

кружки
 футболки
 бейсболки
 брелки
 значки
 магниты
 диски

**Широкоформатная
 интерьерная печать**

**Сборка полиграфической
 продукции**

**Цветное
 и черно-белое копирование**

Ламинирование

Дизайн-проектирование

*Быстро!
 Качественно!
 Красиво!*



Специальный прайс и удобная система внутренних расчетов для подразделений ЮУрГУ

Центр рекламных технологий факультета Коммерции ЮУрГУ
 ул. Сони Кривой 79 (здание общежития №3)

тел: 267-98-50, 267-99-67 e-mail: crt_fk@mail.ru

КОМЮНИТИ

Учредитель газеты – Южно-Уральский государственный университет.

Газета зарегистрирована Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи и массовых коммуникаций по Челябинской области. Свидетельство ПИ № ТУ 74-00142 от 04 марта 2009 года.

Руководитель проекта: И.Ю. Околышников
 Главный редактор: А.А. Ваганов
 Дизайн: Т.А. Вековцева
 Верстка: Н.С. Евстифеева
 Корректор: Д.С. Скнарв

Фото: авторы материалов, архив факультета, сайт 74foto.ru

Адрес редакции: 454080, г. Челябинск, пр. Ленина, 76, ауд. 567а (2)

Подписано в печать 21.11.2010, по графику - 16.00.

Формат А4. Тираж 500 экземпляров.

Отпечатано в Учебно-производственном центре рекламных технологий факультета Коммерции ЮУрГУ (г. Челябинск, ул. С.Кривой, 79)
 Распространяется бесплатно.

контакты

Редакция газеты «Ком//Юнити» благодарит всех, кто прислал свои отзывы и материалы.

Пишите нам!

Электронная почта: com_unity@mail.ru

Группа vkontakte.ru/club1573438

А также в почтовый ящик
 возле ауд.574