Неформально о формальном

Экономика по-ФТКМовски

или «Деловой» подход к учебе

Проблема экономики во все времена стояла над любым студентом, над студентом ФТКМа в частности: как сэкономить со стипендии, как скопить знания на нее… Но для того, чтобы провернуть тот или иной экономический маневр, совсем не обязательно поступать на «Менеджмент». Пожалуй, было бы слишком сложно всегда называть вещи своими именами, но можно хоть иногда представить банальную ситуацию, происходящую чуть ли не каждый день, совсем в новом свете, глазами экономистов. Например…

На практике ты поднимаешь руку и говоришь преподу, что рада поделиться некоторыми выученными знаниями в обмен на определенное количество баллов. Это — прямой маркетинг. Банальный вариант!

Другой: чтобы написать контрольную на отлично, ты тайно узнаешь адрес преподавателя. Днем, пока его нет, взламываешь квартиру и роешься в его письменном столе в надежде найти варианты заданий. В нашем случае — это промышленный шпионаж.

Продолжим ситуацию. На отчете лабораторной ты, путем хитрых махинаций, устраиваешь грязную склоку между одногруппниками, в результате которой все они выходят за дверь с очерненной репутацией, а ты, все это время оставаясь в стороне, без очереди садишься перед преподавателем и отчитываешь лабораторную. Это — черный пиар.

Что-то не оптимистично… Но бывает и по-другому.

Представь, что ты ходишь на все занятия, записываешь абсолютно все лекции, на контрольных решаешь задания не только для себя, но и для всех одногруппников, а на практике постоянно поднимаешь руку, давая понять преподавателю, что ты вундеркинд и готова ответить просто так, даже не за баллы, а лишь ради эстетического удовольствия. Это — демпинг.

Более оригинальная альтернатива: на отчет лабораторной ты цепляешь на грудь бейджик с надписью «Слава Козлов, гр. М-136». Все знают, что «Слава Козлов» — узнаваемый брэнд, потому что средний балл Славы — 96. Поэтому, как только ты открываешь рот, препод тут же ставит тебе максимальный балл, т.к. даже он знает, что Слава весь год занимался демпингом. За использование раскрученной торговой марки Слава получает шоколадку. Это — франчайзинг.

Продолжив эту тему, ты пишешь записки (распространение пресс-релиза) всему потоку о том, что ты, то есть отличник-Слава, делаешь семестровые за чудовищно низкую цену. Но семестровые-то будет делать он сам, за что и должен, по законам аутсорсинга, получить еще одну шоколадку. Но ты, собрав дань со студентов, скрываешься в неизвестном направлении… это — МММ.

Другой вариант: ты, все еще пользуясь узнаваемым брэндом, предлагаешь свои услуги в

качестве помощи на экзамене. В результате все твои клиенты встречаются на переэкзаменовке. Это — жертвы недобросовестной рекламы.

Не желая более позорить свое честное имя, отличник разрывает с тобой договор, но… у него — незаурядные умственные способности, а у тебя — хороший почерк и куча цветных ручек. В результате, по выполнению семестровых выдвигается условие — вы вместе — это стратегическое партнерство. Но, плюс ко всему, ты «живешь» в городской библиотеке и готова поделиться с ним необходимой литературой в обмен на 30% с каждой семестровой. Тогда это уже почти акционерное общество.

После этого ты все так же распространяешь директ-мейл со своими услугами, но вдруг оказывается, что в них уже никто не нуждается! Одни кричат «Дорого!», другие слышали от знакомых, что ты не так уж умна, третьи еще не закрыли нули после предыдущего раза… Тогда ты спокойно идешь в близлежащую школу, где тебя давно ждут и готовы заплатить любую цену за то, что ты решишь 10-классникам пару интегралов. Это — работа с регионами.

Вот еще одна ситуация: ты приходишь на лабораторную по физике. Вальяжной походкой заходишь в лабораторию за полчаса до конца пары, вешаешь куртку на маятник Обербека, чешешь спину какой-нибудь лабораторной установкой, потом садишься к преподу, кладешь свои ноги ему на стол, и… засыпаешь! В ответ на это физик молча берет твой протокол и ставит максимальный балл! Это фантастика? Нет! Это — лидирующее положение на рынке.

Экономически заманчивый вариант, но можно воплотить в жизнь и более реалистичную технологию.

Представь, что на экзамене ты садишься напротив любимого преподавателя и говоришь ему: «Представляете, мне приснился такой сон! Я обошла все библиотеки города, прочитала там все учебники физики, но на земле не осталось ни одного человека, и мне абсолютно некому рассказать все мои знания в области механики! Вот ужас, да?! А кстати, я могу рассказать вам второй закон Ньютона…». Это — креативный подход. Если, прочувствовав весь драматизм этой истории, физик отказывается ставить тебе 76 баллов, а согласен только 61 — это государственное регулирование цен, но, как известно, отказ — не что иное, как точка отсчета для начала новых переговоров, поэтому можешь рассказать ему, как классно ты готовишь и что согласна уже на 70 баллов, пообещав, что угостишь его чем-нибудь!

К стати, демонстрация своих кулинарных способностей на факультете конструкционных материалов — это захват новых рынков. Если, выслушав твой фирменный рецепт по приготовлению чая из пакетика, препод молча показывает пальцем на дверь — к сожалению, это неверный выбор целевой группы...

Не конец света, конечно, но только вообрази: ты умна и сообразительна, но тебе не помогла ни реклама, ни пиар, ни даже спланированная утечка секретной информации, вдобавок ко всему, на переэкзаменовке скорее всего ты встретишь своих обманутых вкладчиков… это… это… ФОРС-МАЖОР!!!

Наталья ЧЕРНЫШОВА, М-336.