

Даты**Эксперимент с золотым помидором**

25 октября в ВолгГТУ прошел первый фестиваль студенческих рекламных работ «Золотой помидор», организованный преподавателями и студентами кафедры «Мировая экономика и экономическая теория». Мероприятие было приурочено ко Дню работника рекламы, который отмечался 23 октября.

Открыла фестиваль заведующая кафедрой МЭиЭТ профессор Л.С. Шаховская, которая подчеркнула важность специальности «Реклама»: «Достойное продвижение товаров на внешнем и внутреннем рынке значительно развивает промышленность страны, повышает ее престиж в мире. Мы стремимся выпускать грамотных, творческих специалистов».

Мероприятие прошло в непринужденной дружеской атмосфере, где каждый участник мог свободно выразить свои мысли, поделиться идеями.

На фестиваль были заявлены работы студентов преимущественно в сфере социальной рекламы. И не случайно на мероприятие был приглашен Д.В. Орлов, начальник отдела приоритетных направлений и аналитической работы департамента здравоохранения администрации г. Волгограда.

Поблагодарив организаторов и ребят за проявленное внимание к данной сфере, он отметил, что в здоровье человека – наше будущее: благополучная семья, успешная работа.

С напутственной речью к участникам обратился В.И. Черепяхин, генеральный директор медиахолдинга «Премия PR»: «В рекламной деятельности вы найдете для себя все – реализуете свои творческие интересы, получите все шансы на признание в бизнес-сообществе, будете гордиться собой. Главное – точно знать, чего вы хотите, занять свою нишу, и тогда добьетесь больших успехов. Дерзайте!»

Студенты достойно ответили: «Мы только начинаем наш профессиональный путь. Но у нас уже есть цели. Мы уверены, что достигнем в будущем высоких результатов!»

Как заметил Ю.А. Москалев, к.э.н., доцент кафедры МЭиЭТ, работа в области рекламы – для гибких людей, которые могут быстро и правильно реагировать на изменения в рыночной ситуации. Поэтому для проведения данного мероприятия и была выбрана такая форма, как фестиваль, что способствует развитию креативного и тактического мышления студентов. В рамках этого эксперимента ребята обменялись опытом по теории и практике рекламы, а также отработали имеющиеся навыки презентации бренда.

Название «Золотой помидор» отражает суть мероприятия. По словам организаторов, рекламщик – алхимик. Используя философский камень своих идей, он из неотесанного продукта может сделать золотой, даже если это всего лишь помидор. Еще бездарного рекламщика можно закидать все теми же помидорами – для активизации творческой мысли. Организаторы хотели в шутку выставить коробочку... Но решили повременить, а в следующем году – сделать статуэтки символа фестиваля, чтобы вручить их лучшим из лучших.

Ирина Миронова.