

1. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПЛАТФОРМЫ БРЕНДА

*О. П. Горелик,
А. А. Звягина,
Д. В. Кочанов, М. С. Салех,*
студенты 3 курса Владимирского филиала РАНХиГС

Научный руководитель:
кандидат экономических наук, доцент **Н. Е. Тихонюк,**
Владимирский филиал РАНХиГС

ПРОЕКТ ПЛАТФОРМЫ ГИПОТЕТИЧЕСКОГО БРЕНДА «ТВОЙ СЛЕД НА ПЛАНЕТЕ ЗЕМЛЯ»

Мы живем в то время, когда традиционное образование постепенно отходит на второй план. После окончания студентом учебного заведения работодатель желает видеть готового профессионала, способного решать текущие задачи. Чем раньше человек начинает развивать необходимые знания и навыки, тем глубже он понимает суть процессов в современной рыночной экономике. Сейчас существует множество платформ, которые дают возможность студентам получать, представлять проекты, а самые достойные реализовывать. Эти проекты в дальнейшем могут быть масштабированы и стать источником дохода и делом всей жизни. Такие платформы, как «Управляй», Global Management, Business Battle и т. д. рассчитаны на студентов и выпускников вузов, ссузов.

Что делать, если гениальная идея продукта или услуги родилась еще в школе? Как понять, насколько она жизнеспособна или как ее привести к состоянию, когда инвесторы готовы оплатить ее реализацию? Чтобы решить эту проблему, группой инициативных студентов и было принято решение о проведении проектного чемпионата для школьников, чтобы они смогли попробовать создать и представить собственные проекты.

Целью образовательной программы являлась: поддержка проектов, помощь в реализации и направление на решение актуальных проблем об-

щества. Для того чтобы достигнуть поставленной цели, необходимо было решить следующие *задачи*:

- заинтересовать школьников в проектной деятельности, привлечь к участию в чемпионате, осуществить их взаимодействие с представителями реального бизнеса;

- провести работы по профессиональной ориентации с потенциальными абитуриентами;

- создать сообщество школьников, ориентированных на проектную работу в различных областях деятельности.

Процесс выполнения поставленных задач показал необходимость создания бренда чемпионата, узнаваемого образа, вызывающего положительные ассоциации у потребителей, повышающего их уровень доверия и направленного на привлечение большего количества участников. Поэтому логическим продолжением работы над организацией чемпионата стало создание собственного бренда. Была сформулирована миссия: предоставить возможность учащимся получить специальные знания и сразу применить их на практике, создав и представив свои проекты в рамках конкурса. Для человека важно, чтобы его труд не был напрасным. В названии «Твой след на планете Земля» как нельзя точно воплощено это желание, поскольку след – не что иное, как результат действия человека в той или иной области.

Цвета логотипа – оттенки синего и зеленого – олицетворяют земной шар. Это заставляет задуматься о решении глобальных экологических проблем. Сам след оформлен в форме светодиодной лампы. Она представляет собой яркие «лучи инновационных идей», освещающие пути к будущему.

Корпус сферы лампы обрамлен извивающимися линиями, напоминающими отпечаток пальца. Все отпечатки – уникальны, это говорит о том, что инновационные проекты, создаваемые в рамках конкурсной программы, – каждый по-своему исключителен.

С помощью модели «Ключ бренда» были определены ценности, присущие проекту. В результате анализа ключевых характеристик чемпионата были выделены следующие ценности: наличие образовательной программы; развитие коммуникативных навыков, навыков создания, представления и защиты проектов; общение с опытными наставниками и представителями реального сектора экономики, возможность определиться с профессиональным направлением.

Другим важным элементом бренда является его неповторимость. Известно, что традиционная система образования включает в себя изучение правил, затем их применение к решению типовых ситуаций и так все 11 лет. Наш чемпионат выходит за рамки привычного обучения и помогает школьникам иначе взглянуть на всю систему обучения. Также применение теоретических знаний к решению нестандартных ситуаций помогает школьникам внести свою индивиду-

альность в проект. Чемпионатное образование помогает сформировать принципиально новые навыки у участников.

Бренд привлекает при наличии интересной предыстории. Когда потенциальные потребители понимают цель создания и знают о том, как зародился бренд, уровень их доверия и интереса значительно повышается.

История бренда «Твой след на планете Земля» выглядит следующим образом.

В 2017 году в рамках научно-практической конференции по инновационным технологиям студентам РАНХиГС предложили организовать секцию для школьников. Перед организаторами встал вопрос: как привлечь школьников к научной деятельности? Был выбран вариант игровой формы обучения, в рамках которой создавался веселый, подвижный и познавательный интерактив с соревновательным элементом. Но как же назвать секцию для подрастающего поколения? Это должна быть фраза, которая заинтересует подростков, натолкнет на мысли о глобальном и интересном. Следовательно, надо сделать так, чтобы потенциальные участники сразу поняли, что с помощью науки они смогут внести очень важный вклад в развитие страны и мира. Участники должны точно знать, что их труд не будет напрасен. Интерпретировав данную мысль, мы пришли к выводу, что они должны оставить свой след в истории. Вот и идея названия – «Твой след» (см. рисунок).

Но требовалась конкретика. След где? В книге? На асфальте? Или это лишь отпечатки пальцев?

Было решено мыслить глобальнее, и предпринята попытка соотнести понятие следа с термином «экологический след» – одного из направлений

конференции – устойчивого развития. Так и возникло название «Твой след на планете Земля».

Таким образом, был создан отвечающий всем необходимым критериям бренд «Твой след на планете Земля». Созданный на основе исчерпывающего анализа целевой аудитории чемпионата бренд позволяет привлекать креативных и активных учащихся школ, направляя и помогая развивать их идеи, направленные на обеспечение успешного процесса деятельности и комфортного существования людей. Ключ нашего бренда выглядит следующим образом (см. таблицу).



Логотип «Твой след на планете Земля»

Ключ бренда «Твой след на планете Земля»

<p><i>Ценности и индивидуальность</i> Интерактив; познавательность; командная работа; предпринимательство; креативность; смелость; возможность проявить себя с неожиданной стороны, выразить свою позицию, поделиться своим мнением</p>	<p><i>Причина для доверия</i> Организатор – Владимирский филиал РАНХиГС – один из ведущих вузов Владимирской области, который является частью университета, входящего в топ-10 российских вузов 2018 г. (по версии источника http://vuzopedia.ru/rate/)</p>
<p><i>Выгоды</i> Образовательная программа, развитие коммуникационных навыков, навыков создания, представления и защиты проектов, общение с опытными наставниками и представителями реального сектора экономики, определение возможного сектора будущего места учебы и работы</p>	<p><i>Главная отличительная черта</i> Твой след на планете Земля. Другое образование. Другие подходы. В будущее – шаг за шагом</p>
<p><i>Потребительский инсайт</i> Нет отбора, нет предварительной подготовки, всего за 1 день и обучение, и создание, и презентация проекта</p>	
<p><i>Конкурентное окружение</i> «Управляй», Business Battle, Global Management, Raise</p>	<p><i>Целевая аудитория</i> Учащиеся 9–11 классов с экономическим, социально-экономическим, химико-биологическим или техническим уклонами, проживающие на территории РФ, а также их преподаватели по таким предметам, как экономика, обществознание, биология. Дети, занимающиеся роботостроением и проектированием с помощью новых технологий и биоинженерии</p>

А раздаточный материал с символикой бренда и яркие впечатления от данного мероприятия надолго остаются в памяти участников.

Совокупность данных качеств бренда позволит развиваться дальше и масштабировать проект.

Д. С. Наливайко, К. П. Василевская,
студентки 3 курса, БГЭУ

Научный руководитель:
кандидат экономических наук, доцент
В. С. Голик, БГЭУ

ПРОЕКТ ПЛАТФОРМЫ АВТОРСКОГО ГИПОТЕТИЧЕСКОГО БРЕНДА «КНИЖНЫЙ ШКАФ»

Описание существующей задачи: проектировка платформы авторского гипотетического бренда.