

МИХАИЛ ПОПЛАВСКИЙ:

«ПРОФЕССИЯ РЕКЛАМИСТА СТАНОВИТСЯ ВСЕ БОЛЕЕ ВОСТРЕБОВАННОЙ. ВЕДЬ ИМЕННО ЭТИ ЛЮДИ СОЗДАЮТ ИМИДЖ НЕ ТОЛЬКО ТОВАРОВ И УСЛУГ, НО И СТРАНЫ В ЦЕЛОМ»

В Киевском национальном университете культуры и искусств проходят семинары для студентов с участием корифеев украинского пиара

**Лилия МУЗЫКА
«ФАКТЫ»**

В честь 15-летия кафедры рекламы и пиара в Киевском национальном университете культуры и искусств открыли галерею славы «Корифеи украинского пиара», собрав лучших представителей этой профессии. Сейчас именитые профессионалы проводят семинары для студентов КНУКИИ и делятся с ними своими секретами успеха, видением развития профессии и практическими навыками. Первыми перед студентами выступили генеральный директор пиар-агентства «PLEON Taran», куратор проектов «Школа PR в КПИ» и «Newsletter» Ирина Золотаревич и доктор филологических наук, профессор, заслуженный журналист Украины, автор первых учебников по PR Георгий Почепцов.

«Чтобы стать специалистом по PR, необходимо чувствовать, прогнозировать, уметь просчитывать конечный результат»

Можно сказать точно: на поприще пиара Михаил Поплавский и Университет культуры и искусств на первом месте. Ведь именно в этом учебном заведении в 1996 году была открыта первая PR-кафедра, выросшая до целого института, студенты которого успешно реализовывают себя и свои идеи не только в Украине, но и за ее пределами. Студенты этой кафедры вместе с ректором ставили главную задачу: сделать свой вуз самым популярным.

— Мы использовали мало кому на то время известные PR-технологии, экспериментировали и не боялись неизвестности, — говорит ректор КНУКИИ Михаил Поплавский. — Разработанный со студентами проект «Поющий ректор», основной задачей которого было вызвать стресс, шок, невосприятие и тем самым привлечь внимание общественности к малоизвестному вузу, сработал и дал стопроцентный результат. Ребята выполнили свою задачу, раскрутив учебное заведение. Чтобы стать специалистом по PR, нужно быть не просто менеджером, знать технологии, необходимо еще и чувствовать, моделировать, прогнозировать, уметь просчитывать конечный результат. Это главное для достижения успеха и реализации проектов.

Профессия рекламиста и специалиста по связям с общественностью становится все более востребованной и требует серьезной теоретической подготовки. Ведь именно эти люди создают не только имидж товаров и услуг, но и страны в целом. Моя первоначальная задача как ректора Университета культуры и искусств — приглашать для своих студентов таких специалистов, которые, обладая глубокими теоретическими знаниями, опытом и практической деятельностью в своей области, делились бы этим со студентами, а также знакомили их с новинками этого рынка. Хочу довести уровень профессионализма выпускников кафедры до такого уровня, чтобы они стали законодателями в этой сфере. Только при таких условиях наши выпускники будут востребованы и благодарны своей Альма-матер. Чтобы достичь этой цели, мы пригласили лучших специалистов в сфере рекламы и пиара.



Михаил Поплавский намерен привлекать к развитию вуза лучших специалистов



Профессор Георгий Почепцов провел мастер-класс, а также презентовал студентам свою новую книгу

«Главный секрет успешного PR – не навязывать, а создать иллюзию самостоятельного выбора»

На мини-курсе «Сказка об Илье Муромце, или Куда пойти в PR» первой собрала полную аудиторию известный практикующий специалист, член украинской PR-ассоциации Ирина Золотаревич. Ценность ее курса в том, что работу пиарщика она оценивает исключительно с практической точки зрения, ведь Ирина Анатольевна много лет работает в международной компании «KetchumPleon» (108 офисов в 70 странах мира). Главным был вопрос: «Куда молодому специалисту пойти работать после окончания вуза?» По мнению Золотаревич, самым перспективным направлением является работа в агентствах, хотя на каждом поприще есть свои плюсы и минусы. Также Ирина Золотаревич отметила, что важным элементом в работе агентств, государственных структур является корпоративная культура, то, как руководство налаживает свои отно-

шения с персоналом, стимулирует трудовую деятельность. Эти факторы являются основными в достижении целей работодателей.

Небывалый ажиотаж среди студентов вызвал мастер-класс профессора Георгия Почепцова. Во время семинара корифей украинского пиара познакомил студентов с разными технологиями коммуникации и их практическим использованием.

— Пиар еще не очень развит в Украине, — считает профессор. — Чтобы достичь профессионального успеха, важно не бояться использовать опыт из других сфер деятельности. Например, сейчас телевидение изменилось не в лучшую сторону, но его функции остались прежними. Телевидение продает нас рекламодателю, то есть манипулирует нами. Главный секрет успешного PR — не навязывать, а создать иллюзию самостоятельного выбора. Вы заходите в магазин, чтобы купить новую вещь. И незаметно для себя покупаете именно ту вещь, которую видели в рекламе две недели назад. Источник информации забывается, человек убежден, что о достоинствах того или иного товара знает из личного опыта.

После семинара студенты КНУКИИ первыми познакомились с новой книгой профессора «Від FACEBOOKу і ГЛАМУРУ до WIKILEAKS: медіакомунікації».

В будущем студенты ждут семинаров и встреч с самыми яркими и успешными представителями профессии.

— Это все я делаю ради самого главного пиар-проекта моей жизни — Университета, его выпускников, которые будут создавать позитивный имидж Украины в мире, — говорит Михаил Поплавский. — Для этого мы уже много лет реализовываем различные культурные проекты «Українська пісня року», «Пісня року», Шевченковские вечера, «Крок до зірок»... Самым громким за последнее время стал украинский песенный телемарафон «Пісня об'єднує нас», который длился в прямом эфире Первого Национального телеканала 110 часов 4 минуты 30 секунд. В нем приняли участие 1500 солистов, 275 коллективов, исполнивших 3 тысячи песен. Марафон увидели более чем в 155 странах. Он был зафиксирован в Книге рекордов Гиннеса как самый длинный песенный марафон в мире. Впервые в истории мировой культуры Украина в музыкально-песенном дискурсе на весь мир заявила о своей национально-культурной идентичности. И это повлияло на позитивный имидж Украины в мире.



В конце мастер-класса Ирина Золотаревич пригласила студентов КНУКИИ в свое агентство на практику