

VI Міжнародний студентський конкурс PR-проектів «Золотий Компас»

**Команда Харківського
національного університету імені
В.Н. Каразіна**

11 грудня 2011

Традиції. Іновації. Комунікації



- **ЩО?** Соціологічний факультет Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна оголошує набір на спеціальність “Реклама і зв’язки з громадськістю”
- **ДЕ?** Класичний університет створює необхідну базу для розвитку професій комунікативної сфери. В основі професійної комунікативної діяльності – довіра, повага і соціальна відповідальність. Ці ж принципи є основою університетських комунікацій.
- **КОЛИ?** З 2012 року
- **ЧОМУ?** Харків - центр ділової, освітньої, наукової, громадської активності, з високим рівнем використання інформаційних і комунікаційних систем потребує значної кількості комунікаторів.

Мета проекту:

Формування нового покоління
кваліфікованих комунікаторів

Завдання проекту:

1. Розвиток професійного товариства рекламників і піарників
2. Підготовка етичних професіоналів-комунікаторів
3. Руйнування стереотипів сприйняття піарників як маніпуляторів.
4. Формування культури комунікацій в суспільстві

Цільові аудиторії:

- **Влада:**
Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Головне управління освіти і науки ХОДА
- **Клієнти:**
Абітурієнти та їх батьки
Інформаційні агенції
Рекламні та PR-агенції
Державні підприємства
Громадські організації
Комерційні організації
- **Конкуренти:**
Харківська державна Академія культури
- **Спонсори:**
Рекламні та PR-агенства
- **ЗМІ**
- **Колектив ХНУ імені В.Н.Каразіна**
- **Партнери**
Рекламні та PR-агенції
Інформаційні агенції

PR-засоби, що використовуються

- Спеціальні події
 - День відкритих дверей
 - Майстер класи
 - Конференції
 - Круглі столи
 - Ток-шоу
 - Лекції відомих практиків сфери зв'язків з громадськістю
 - Акція “Відкрита книга”
- Публікації в ЗМІ
- Сайт і блог соціологічного факультету
- Сторінки соціологічного факультету в соціальних мережах

Календарний план реалізації проекту

Реалізація проекту 15.03 – 15.05

Заходи:

- День відкритих дверей – 20 березня
- Круглий стіл – 30 березня
- Розсилка прес-релізів щодо події – 16.03, 23.03
- Ток-шоу – 19.04
- Розсилка прес-релізів щодо події – 5.04, 12.04
- Майстер-клас з Річардом Лінінгом, президентом IPRA – 10.03
- Майстер-клас з Уільямом Даттоном (Інститут Інтеренту, Університет Оксфорду) – 25.03

Бюджет

- **Статті витрат:**
 - Оренда зали для проведення ток-шоу
 - Представницькі витрати
 - Поліграфія
 - Кава-брейки та фуршети

Витрати загалом - 53 600 грн, з них: непрямі витрати - 15 200 грн; прямі витрати - 38 400 грн.

Бюджет за статтями витрат додається

Стаття витрат	Підрахунки	Прямі витрати	Непрямі витрати (власний внесок)	Усього
1) Проведення ток-шоу - Оренда приміщення	7000 грн. * 1 дн. = 7000 грн.	7 000 грн.	---	7 000 грн.
2) Проведення круглого столу -оренда приміщення (комунальні послуги)	100 грн. * 1 дн. = 100 грн.		100 грн.	100 грн.
3) Проведення майстер-класів -оренда приміщення (комунальні послуги)	100 грн. * 1 дн. = 100 грн.		100 грн.	100 грн.
4) Зйомка промо-ролика - Технічні витрати	500 грн.* 7 дн. = 3 500 грн.	3 500 грн.		
5) Представницькі витрати - Проживання гостей університету	400 грн. * 15 чел. * 2 дн. = 12000 грн.	6000 грн.	6 000 грн.	12 000 грн.
- харчування	110 грн. * 15 чел. * 2 дн. =	3 000 грн.		3 000 грн.
6) Поліграфія	0,15 грн. * 60000 стр. = 9000 грн.	---	9 000 грн.	9 000 грн.
7) Фуршет	60 грн. * 70 чел. * 2 рази = 8400 грн.	8 400 грн.	---	8 400 грн.
8) Кава-брейки	15 грн. * 100 чел. * 7 раз = 10 500 грн.	10 500 грн.	---	10 500 грн.
Усього		38 400 грн.	15 200 грн.	53 600 грн.

Дякуємо за увагу 😊

A decorative graphic element consisting of a solid teal horizontal bar that spans the width of the slide. Below this bar, on the right side, there are several horizontal lines of varying lengths and colors, including teal and white, creating a layered, modern look.