

28 ноября Санкт-Петербургский Государственный Технологический Институт (Технический Университет) празднует свой очередной день рождения. В этом году институту исполняется 182 года. Дата не круглая, зато крупная. Хочется пожелать всему преподавательскому коллективу, всем сотрудникам и студентам успехов и процветания!



СЕДЬМОЙ

Информационное издание ФЭМ - www.gtifem.ru - 18 ноября 2010 - №2 (3)



СВОЕ ДЕЛО с.2

НОВОСТИ с. 3

ОБЩЕСТВО с.3

ИСТОРИЯ с.4

СОБЫТИЯ с.4

СЛОВО ПРЕПОДАВАТЕЛЮ

С чувством такта

Задумывались ли вы когда-нибудь над тем, как себя вести в обществе? К сожалению очень часто можно столкнуться с игнорированием правил приличия, беззастенчивостью, фамильярностью, чрезмерной развязностью, выходящей за грани приличия.

Не надо забывать, что о нравственных качествах человека нужно судить не по отдельным его усилиям, а по его повседневной жизни. Согласно Теофрасту, бестактность - это неумение выбрать подходящий момент для общения, что

всегда причиняет собеседнику неприятность. Бестактный человек не имеет злого умысла, но действует невпопад и не вовремя.

В переводе с латинского слово «такт» означает «прикосновение» говоря о тактичности, чувстве такта, имеют в виду чувство меры или вкус, умение в любой ситуации «поставить себя» на место другого человека. Благодаря этим умениям, человек чувствует как себя вести в каждой конкретной ситуации, что бы быть правильно понятым и не обидеть окружающих.

Чувство такта всегда требует от человека чего-то большего, чем просто слепого механического действия в соответствии с общественными правилами.

Тактичный человек, основываясь на тонком чувствовании, умеет понять потребности переживания другого. Поэтому такой человек, как правило, старается предупредить и не допустить ситуаций, которые создают неловкость или доставляют другому неприятности. Тактичный человек никогда не станет вмешиваться в чужие дела, если его об этом не просят. Надо всегда помнить,

что при помощи такта можно добиться успеха в тех случаях, когда нельзя ничего сделать при помощи силы.

Как сказал Марк Аврелий «не всё же разглагольствовать о том, каким должен быть человек, пора и стать им».

Лухманова Н.А.



От редактора



Дорогие друзья!

Многие из Вас, наверняка, задумывались о том, чтобы когда-нибудь начать своё дело. Однако мало кто из Вас действительно представляет, каким образом это сделать.

Безусловно, всё начинается с бизнес-плана. В процессе обучения на факультете мы не раз сталкиваемся с необходимостью его написания в рамках какого-либо курсового проекта. Но вряд ли возможно учесть все нюансы, связанные с организацией работы предприятия, не имея практических навыков. Именно поэтому мы решили, что нашей газете нужна новая рубрика.

Начиная с этого номера в газете «Седьмой» будет постоянная рубрика «Свое дело». В рамках данного раздела мы будем знакомить Вас с проблемами открытия собственного бизнеса, рассказывать об успехах молодых предпринимателей, делиться опытом работы и своими идеями. Кроме того, планируется рубрика «Практика бизнеса», где будут представлены советы ведущих специалистов в области экономики, финансов, менеджмента, маркетинга и рекламы.

Кроме того, в дальнейшем будут публиковаться материалы, связанные с трудоустройством и стажировкой студентов. Таким образом, надеюсь, мы сможем частично решить проблему нехватки практических навыков у студентов по окончании института.

Хотела бы обратить Ваше внимание на рубрику «События». Прежде всего, она посвящена обзору молодежных студенческих конкурсов. Участие в них может стать для Вас ключевыми конкурентным преимуществом. Более того, это не только отличный опыт, но и возможность приобрести новых знакомых. Сегодня именно развитие коммуникаций способствует развитию бизнеса.

Успехов Вам!

Главный редактор, Бай Т.

СВОЁ ДЕЛО

Хочу представить Вашему вниманию рубрику «Свое дело». Здесь мы будем знакомить Вас с молодыми предпринимателями и решать вопросы создания собственного бизнеса. Первым героем новой рубрики стала Науменко Ксения, генеральный директор рекламного агентства «Энтеро Пиар»

Тот, кто знает, что делать - может быть руководителем.

7МОЙ: Расскажите о своем агентстве.

Агентство «Энтеро Пиар» специализируется на рекламной и пиар деятельности в интернете.

Как продать в интернете? Какие механизмы лучше использовать для продаж того или иного продукта.

Как говорить о себе в интернете, где говорить, зачем?

Как создать и грамотно продвинуть представительство (сайт, группу) в интернете?

Все эти вопросы волнуют наших клиентов, мы же не только отвечаем на них, но и все это реализуем.

По сути, «Энтеро Пиар» это дружный коллектив креативщиков, журналистов, дизайнеров, программистов и менеджеров.

Каждый сотрудник агентства ценен, каждый вносит свою огромную лепту в его работу и развитие.

Конечно, помимо интернета, клиенты часто заказывают смежные услуги: метрополитен, прессу, организацию мероприятий, но основной пул клиентов, конечно, связан с непосредственной деятельностью «Энтеро Пиар» - интернет коммуникациями.

7МОЙ: Как к тебе пришла идея создания собственного бизнеса? Как пришло понимание, что необходимо работать на самого себя, а не на кого-то?

Несколько лет подряд мой друг (а теперь партнер) твердил, что мне необходимо работать на себя. Но что-то сдерживало. Казалось, до всего необходимо дозреть, созреть. Важные решения я принимаю медленно, тщательно все обдумывая. И только наличие такого соучредителя, на которого я могу положиться, в кого верю и кто верит в меня, позволило появиться на свет РА «Энтеро Пиар».

На самом деле, все произошло достаточно случайно: встреча старых знакомых в кафе, переговоры, в ходе которых и было принято решение создавать агентство. Вот так. Шла на встречу и даже не думала, что выйду с неё генеральным директором собственной фирмы. Все лучшее случается неожиданно. В этом есть смысл.

7МОЙ: Какими чертами характера должен обладать человек, решивший, что он хочет организовать собственное дело?

Настойчивостью, терпимостью, уверенностью, верой в себя и свое дело, умением и согласием принимать ответственность на себя, решительностью, трудолюбием, быстрой обучаемостью.

7МОЙ: Был ли у тебя стартовый капитал? Как решился финансовый вопрос?

Стартовый капитал был равен сумме расходов на создание ООО, далее только клиенты.

7МОЙ: Огромную помощь в создании и развитии агентства тебе оказал твой партнер. Кто ещё тебе оказывает помощь и поддержку?

Поддерживали и поддерживают друзья, знакомые, коллеги. И конечно же, сестра оказывала, пожалуй, самую сильную, в большей степени эмоциональную поддержку.

7МОЙ: Почему ты выбрала такое направление бизнеса, как реклама? Почему именно интернет-реклама?

Рекламное агентство я хотела давно, еще лет 5-6 назад. А интернет как ключевое направление выбрала, потому что это самое быстроразвивающееся, самое перспективное направление. При всей жесткой конкуренции выделиться на этом поприще еще есть возможность. И это то, что совмещает в себе несколько отраслей: реклама, маркетинг, PR, программирование.

7МОЙ: Есть идея, есть некоторые финансовые возможности. С чего необходимо начать?

С написания бизнес-плана или примитивного анализа перспективности идеи. А так же с поиска клиентов. Какие бы финансовые возможности не были, а без положительных результатов цена им не высокая. Или перекроют поток финансирования, или закончатся деньги. Сначала убедитесь, что идея действительно стоящая, и будьте готовы поменять направление деятельности уже при работе фирмы.

Только что созданный бизнес зачастую является весьма уязвимым. Большинство «новорожденных» фирм исчезает, не просуществовав и двух лет, по очень банальной причине - у учредителей просто-напросто кончаются деньги, выделенные на этот проект.

У каждой компании есть 2 основных вида деятельности. К первому виду относится та деятельность, которая приносит доход, деньги. А второй вид, напротив, требует затрат. Давайте назовем первый вид - действиями создающими ценность, а второй - инфраструктурными.

С чего начинается рождение бизнеса? С идеи, в первую очередь, и далее - с формирования Устава, определения учредителей, регистрации и прочей активной деятельности. И что из выше перечисленного является собой ценность, то за что клиент будет готов платить деньги? Ничего. Тогда зачем это делать? Обратите внимание, что клиенты будут платить Вам за то, что ценно для них. А что значит создавать ценность? Это



Акценты (услуги), которые принесут Вам наибольший доход, выделяются в процессе работы.

7МОЙ: С какими трудностями, прежде всего, сталкивается начинающий предприниматель?

Нет денег. Клиенты с опаской относятся к новичкам. Нужно себя зарекомендовать рядом проектов. Так же огромную трудность, точнее верную гибель любому проекту, обеспечат люди, желающие получить деньги сразу. Заработать и поделить, а не вложить в развитие. И еще: «Не знание законов не освобождает от ответственности». Поэтому необходима качественная бухгалтерская и юридическая поддержка.

7МОЙ: Насколько условия, существующие сегодня в нашей стране, пригодны для создания собственного бизнеса?

В РФ бизнес «должен» («виноват») государству. Причем сразу, как открылся. Речь идет не о налогах в общем, а о подходе. Бизнес не прав по определению. Конечно, жить можно и работать можно, но о пригодных условиях говорить

не приходится априори.

Больше всего сталкиваешься с коррупцией со стороны государства. Мне лично не приходилось, но есть очень много знакомых, которым через это приходится проходить.

7МОЙ: При каких условиях молодые люди станут смелее идти в бизнес?

Когда молодые люди научатся брать на себя такую ответственность. Конечно важно образование, но к сожалению, высшее образование не гарантирует и не дает опыта. Без опыта, без уверенности в себе (как результат) о своем бизнесе задумываться не стоит. Только если рядом есть кто-то более опытный и надежный, на кого можно опереться. Только 2% людей склонны стать успешными бизнесменами. Поэтому стоит 10 раз подумать, нужно ли Вам это. Вполне возможно, что Вы станете незаменимым сотрудником фирмы, но для открытия своего бизнеса этого мало.

Есть очень хорошая фраза: тот, кто знает, как сделать - всегда будет иметь работу. Тот, кто знает, что делать - может быть руководителем.

Бай Т.

СВОЁ ДЕЛО

С чего начать?



значит, вносить вклад в тот товар или услугу, за который клиент будет платить.

В качестве модели представим пирамидку. Верхняя часть олицетворяет то, что приносит нам доход, а нижняя - то, что убыточно, но обеспечивает основную деятельность.

Все то, что не будет генерировать дополнительную ценность, мы относим в нижнюю часть пирамидки, т.е. счет, банк, офис, бухгалтерия. Все то, что будет создавать дополнительную ценность, мы помещаем в верхнюю часть с пометкой «деньги».

Элементарная закономерность - если вы инвестируете в инфраструктуру - скорее всего бизнес погибнет раньше, чем успеет встать на ноги. Если же вы вкладываете средства в верхнюю часть пирамидки - у вас появится шанс обеспечить выживание в первые 2 года работы за счет продаж.

Закрепим в памяти это простое правило: сначала продажи, а потом ВСЕ ОСТАЛЬНОЕ. Когда я говорю ВСЕ ОСТАЛЬНОЕ, я имею ввиду офис, счет, бухгалтерию и

секретаршу с кофе на подносе.

К сожалению, цифры статистики не врут, и к еще большему сожалению, не обнадеживают. С 90%-ой вероятностью, только что открытый свежий бизнес ждет обильные несущественные затраты, а иногда - и поражение. Некоторым, однако, удастся прожить первые годы и встать на ноги. Очевидно, что те, кто выжил, делал что-то по-другому. Давайте разберемся, что именно.

Что заставляет молодых предпринимателей верить, что именно в такой-то сфере они добьются успеха? Ответ прост: предполагаемый низкий барьер входа на рынок. Идея кажется простой, продукт - понятным, а целевой аудиторией можно считать все население родного города.

А на самом деле, чаще всего этот барьер оказывается вовсе не низким! Иллюзорность простоты входа на рынок и приводит к тому, что порядка 95% фирм не доживают до 5 лет.

Матрос А.
Топкова А.

НОВОСТИ ФЭМа

Студенческая культура.



Словно калейдоскоп с множеством искрящихся цветных кристаллов, образующих поразительно яркую и многогранностью единое целое, студенты ФЭМ'а стремятся модернизировать свою культурную деятельность для достижения творческой атмосферы на всем факультете.

К долгожданному празднику, отмечаемому 28 ноября каждого года с особой торжественностью - дню рождения Технологического Института, - главные креативные деятели нашего факультета подготовят выступление. Зрители также смогут увидеть наиболее яркие и запоминающиеся номера ФЭМ'а на общестуденческом празднике, где будут собраны лучшие сценки всех семи факультетов.

Какое событие осени волнует многих только что вошедших в «новую жизнь» молодых людей? Да, безусловно, это День Первокурсника. Недели судорожных репетиций, сооружение причудливых декораций, сомнения, а у кого-то даже слезы... И все это ради ослепительного шоу, ради взрыва положительных эмоций, ради аплодисментов и восторженных криков поддержки. Ничто не вызывает столько адреналина, как первый выход на сцену перед преподавателями и множеством студентов-первокурсников!

На следующий день после концерта в обновленном клубе «Верста» на вечеринке «Осенний Бал» собрались все первокурсники факультета. Нестандартная программа мероприятия включала в себя выступления студентов

ФЭМ'а: председатель Студенческого Совета Максим Князев прочитал рэп под названием «Куриль» с целью обратить внимание молодых людей на их опасное пристрастие к столь пагубной привычке.

Первокурсник Евгений Улюкин, выступающий под псевдонимом Madison[Скин_кеды] представил публике композицию «Мне плевать», также исполненную в популярном стиле рэп.

Окончательно поразить разгоряченную толпу смог Илья Петренко, студент второго курса, виртуозно исполнив битбокс. «Осенний Бал» получил столько восторженных отзывов, что, продолжая традицию клубных вечеринок, Студенческий Совет ФЭМ'а взялся за организацию грядущей масштабной вечеринки

– «Новогодний Бал».

Жаль, но избитая фраза «ложка дегтя в бочке меда» не теряет своей актуальности и в моей статье. К негоднованию большинства преподавателей, многие студенты недооценивают всю серьезность своего статуса. Они позволяют себе откровенно хамить и игнорировать просьбы о пристойном поведении, прогуливать решающие тесты и контрольные. С целью устранения столь волнующей проблемы пройдет встреча преподавательского состава и учащихся ФЭМ'а. Многим ребятам стоит всерьез задуматься о своем отношении к студенческой жизни и своему месту в ней. Грубое отношение к преподавателям грозит отменой концертов, праздников и вечеринок, а разве это надо творческим личностям, в чьих головах зарождается

масса креативных идей?..

Я надеюсь, что студенты сделают выводы уже до нравоучительной лекции, так как в скором времени начнется долгожданное формирование команды КВН седьмого факультета. Для выявления лучших молодых комиков и сатириков будет проведен чемпионат с участием всех желающих команд. Дерзайте, ребята!

Реализуйте себя в различных проектах, ведь намного приятней чувствовать себя звеном единого красочного, дружного коллектива, чем враждовать с преподавателями, отставать в учебе, а впоследствии судорожно искать свое имя в списках на отчисление.

Шемякина П.

ОБЩЕСТВО



Не было б несчастья, да вот счастье помогло!

Сегодня в обычный день XXI века способны ли Вы представить хотя бы одного молодого человека хотя бы без одного продукта современных технологий, например как: мобильный телефон, компьютер, iPod, смартфон и других предметов из каталогов бытовой техники и электроники?

Думаю, что ответ не заставит долго ждать Вашего собеседника, который задаст бы Вам этот вопрос; Ваш ответ был бы отрицательным – Вы уже сами не можете представить свою жизнь без продуктов технического прогресса. Неотъемлемые предметы становятся неотъемлемой частью «организма» Вашего привычного дня. Вы уже сами не способны представить один день без телефонного звонка или без минуты, проведенной либо у монитора компьютера, либо у экрана телевизора.

Какую роль играют продукты современных технологий в жизни нашего поколения? Явно они являются проводниками нашего любопытства в мир; все эти объекты электроники позволяют с минимальными затратами усилий познакомиться со всем, что может интересовать нас. Возникает второй вопрос: «А что интересует молодежь XXI века?»

Поверьте, ответ можно развернуть от души, и эта статья получится совсем необъятной, но давайте согласимся с тем, что нас интересует далеко не всё то, что будет являться полезным для расширения нашего кругозора. Нас интересует далеко не очередная временная выставка в одном из крупнейших музеев нашего города и страны - Эрмитаж, а нас интересует, какая новая видеозапись сегодня набрала рекордное количество просмотров на YouTube. Зачастую нас интересует не программа показа кинолента в Доме кино, а программа фильмов массового проката в одной из сети кинотеатров. Наше поколение перестало ценить историю, хотя мы, и не ценим

то, что способно оценить поколение наших родителей. Мы ценим не историю, а только будущее - гонимся за завтрашним днём, не оборачивая голову назад, чтобы взглянуть и оценить пройденное, если не нами, то предыдущим поколением. Мы спешим жить, не успев насладиться. Выбирая удобный путь для знакомства с миром, мы не отдаём себе отчёт в том, что зачастую это уже не проявление мобильности, а естественная и неповторимая, присущая только нашему поколению в таком объеме лень.

Нам тяжело всё то, что заставляет нас думать; нам тяжело воспринимать классику русской литературы, которая является богатейшим нашим наследием, мы предпочитаем в руке держать газету, журнал, но не книгу. Лишено ли это поколение, которое готовится создавать новую историю страны силы воли, характера, или нас лишили? Никто даже и не мог подумать, что создавая новую эру, готовясь вступить в новое тысячелетие с невероятным багажом знаний и открытий, человечество еще ни один раз схватится за голову, прогнозируя развитие социума нашего поколения.

Стремление наших предков к благоприятной и удобной жизни обрело обратную сторону медали – нет достойных этой благоприятной и удобной жизни. Каждому человеку присуще право на ошибку; ошибкой стало то, что люди, создавшие для нас сегодняшний удобный день, не учли: ни одно добро не остаётся безнаказанным. И теперь на вопрос: «Мы мобильное поколение или ленивое?» - мне отвечают: «И мобиль-

ное и ленивое; хорошо, что мобильность нам присуща, но как говорится в семье не без уроков, но что-то больно много уроков». Сегодня, как и прежде мобильность не поможет тебе развить в себе талант, она только поможет открыть тебя другим, сделает твой путь менее тернистым, но, только упорству и трудясь, мы способны развивать в себе все начала, которые отличают нас друг от друга, и делают уникальными.

Сознательно ли наше поколение понизило планку талантливого человека, к которой стало так легко дотянуться, ведь сегодня мы готовы пришить к человеку ярлык «талант», а он только вчера научился держать полупрофессиональный фотоаппарат. Как долго мы сможем оправдывать свою лень прогрессом, и как долго нам это будут позволять.

P.S. в надежде что редактор одобрит мой материал для нового номера, я ничем не отличаюсь от «мобильной массы» воспользуюсь электронной почтой, что бы ознакомить её с этой статьёй; и, не заставив долго ждать свою страницу в социальной сети, я обновлю её и ради любопытства загляну в альбом подружки, у которой только вчера перестали дрожать руки, при попытке сделать кадр на своём фотоаппарате. Разве можно исправить что-то лишь говоря об этом.

Карпова Е.

ИСТОРИЯ УСПЕХА

Swatch



«Швейцарские часы» - бренд, покоривший весь мир. Однако чтобы обзавестись изящным и долговечным механизмом на запястье потребуются выложить не одну тысячу долларов. Или же довольствоваться подделками. Марка часов, которая сократила дистанцию между желаемым и возможным – это Swatch.

Первые часы этой марки поступили в продажу 25 лет назад – весной 1983 года. Швейцарии, до тех пор бывшей единственным лидером в часовом деле, пришлось срочно включиться в острую борьбу с японскими концернами, предложившими более простую, дешевую технологию производства часов. Новозданная компания Swatch Group ответила японцам тонкими кварцевыми часиками, состоящими всего из 51 детали против обычных 91.

Забавные пластиковые корпуса новых часов выглядели не столь респектабельно, как к тому привыкли, и мало кто верил в то, что эти часы удержаться на рынке. О том, чтобы задавать моду и во все речи не было. Однако за первый год было продано более 1 млн. часов, на следующий – 2,5 млн.

Но успех новому игроку на рынке обеспечила не низкая цена (всегда найдется более дешевый товар), а соединение доступности и моды. Создатель бренда Николас Хайек при жизни вошел в учебники по маркетингу, создав концепцию second watch, которая, кстати, по одной из версий и дала название марке. Каноническая версия гласит, что Swatch – это симбиоз слов Swiss (Швейцария) и watch (часы).

По его задумке часы нужно менять так же часто как туфли, сумки, галстуки и бижутерию. Соответственно, клиентам предложили несколько линий часов, выполненных в разных стилях, которые можно было подбирать под образы и комплекты одежды и других аксессуаров.

Основной упор Swatch делали на том, что часов можно и нужно менять не тогда, когда они сломались, тем более, что поломка качественных часов – это практически из области фантастики, а просто под настроение, цвет костюма или смену имиджа.

Свою принадлежность к миру моды Swatch подчеркивают тем, что регулярно обновляют ассортимент, выпуская по две сезонные коллекции в год. На деньги, вырученные от продажи миллионов недорогих часов по цене от \$30 до \$70, компания смогла возобновить производство и продажу своих более дорогих марок – Tissot, Longines, Omega.

Второй кризис настиг часовую промышленность в связи с массовым распространением мобильных телефонов и прочих портативных устройств, которые выполняют чисто утилитарную функцию индикатора времени. Тем большее внимание Swatch уделяют дизайну, дистанцируясь от часов, прибли-

жаясь к модному аксессуару. Дизайн всех часов Swatch разрабатывается в собственной fashion-студии, расположенной в Италии. Самая простая и доступная по цене линия часов называется Plastic Originals – именно они, разноцветные, легкомысленные, немного детские, узнаются на запястье с первого взгляда. Наравне с ними популярна линия металлический часов Irony.

Над специальными моделями Swatch в разное время трудились Даниэль Сваровски, Кристиан Лакруа, Педро Альмодовар, Роберт Олтмен и Йоко Оно.

Но главный успех Swatch не в приглашенных звездах, а постоянном поиске свежих тенденций и ожиданий покупателей, в результате чего недорогие часики в пределах \$70-80 могут быть остроумными, а иногда даже выигрывать у своих куда более респектабельных конкурентов.

Матрос А.

СОБЫТИЯ

Международные конкурсы.



Конкурс на участие в молодежном научном лагере “Тысячелетие” (Финляндия)

Объявлен конкурс на участие в молодежном лагере “Тысячелетие”, который пройдет 11-17 июня 2011 года в городе Хельсинки, Финляндия. Дедлайн 15 декабря 2010.

Организатор: Технологическая академия Финляндии.

К участию приглашаются молодые люди интересующиеся математикой и техническими науками в возрасте 16-19 лет (родившиеся между годами 1992-1995).

Организаторы оплачивают каждому участнику все его расходы связанные с участием в лагере (перелет, проживание и питание).

Участники лагеря познакомятся с финским опытом и исследованиями в области естественных наук, математики и техники.

Подробнее: Молодежный лагерь “Тысячелетие”



Международный конкурс сочинений на английском языке 2010

Принимаются заявки на участие в международном конкурсе сочинений на английском языке. Дедлайн 1 апреля 2011 года.

Организаторы: Российские центры британского экзаменационного совета City

& Guilds при поддержке Официального представителя City & Guilds в России.

Участие в конкурсе – бесплатное, принять участие в конкурсе может любой желающий – от школьника с начальным уровнем английского языка до профессионала, свободно владеющего английским языком. Количество сочинений от одного участника не ограничено.

Победителей в девяти тематических номинациях и трех уровнях владения английским языком в каждой номинации определит британское жюри, а победителей в рейтинге популярности сочинений определят посетители сайта. Кроме этого будут награждены самые активные участники конкурса – как авторы сочинений, так и образовательные учреждения. Победители, активные участники конкурса и учебные заведения, учащиеся которых проявили наибольшую активность, получают награды от Официального Представителя британского экзаменационного совета City & Guilds в России, их названия, имена и фотографии будут опубликованы на сайте Российских центров City & Guilds. Подробнее: <http://english-exam.ru>



Гранты и стажировки в США для творческих людей

Принимаются заявки на участие в международной программе “ArtsLink Awards”. Дедлайн 1 декабря 2010.

Организатор: CEC ArtsLink. Программа “ArtsLink Awards” оказывает поддержку как отдельным представителям творческих профессий, так и организациям культуры и искусства США, сотрудничающим с коллегами из Центральной и Восточной Европы, России, Средней Азии и Кавказа.

Участники программы отбираются на конкурсной основе специально создаваемой комиссией экспертов. Для участия во всех проектах необходимо знание английского языка.

Продолжительность стажировок – 5 недель. Время проведения – осень 2011г. Все затраты на стажировку покрываются CEC ArtsLink.

В этом году принять участие в конкурсе могут деятели искусств и арт-менеджеры из России, стран Центральной и Восточной Европы, Средней Азии, Афганистана и Турции, работающие в области исполнительских искусств (танцы, музыка, театр) и литературы.

Заявки в области визуальных искусств будут приниматься на следующий год. Подробная информация на английском языке: http://cecartslink.org/grants/artlink_residencies/guidelines.html Также предлагаются гранты на реализацию творческих проектов на территории США. Тематика арт-проектов не ограничена. Подробнее: http://www.cecartslink.org/grants/independent_projects/



Конкурс для добровольцев: «Не будь равнодушным!»

На конкурс принимаются истории, описывающие реальные жизненные ситуации, о неравнодушных людях. Выдвижение осуществляется до февраля 2011 года.

Организаторы - компания «Валио» и издательский дом «Комсомольская правда» при поддержке Парламента РФ, компании РЕН ТВ и портала odnoklassniki.ru.

Участники - молодые люди в возрасте до 35 лет.

Цель конкурса - собрать истории из жизни студентов, молодых людей до 35 лет, которые своим трудом, своими силами вносят вклад в пропаганду и развитие здорового образа жизни и улучшение экологической ситуации.

Все проекты и истории должны соответствовать следующим критериям:

- на соискание премии могут быть выдвинуты только частные лица;
- деятельность героя истории должна

иметь социальную значимость; рассказы о молодых людях, сумевших помочь не только себе, но и окружающим;

- истории не должны требовать научной экспертизы, технической или патентной проверки: деятельность героя должна иметь очевидный результат;

- истории не должны содержать призыва о помощи: важна готовность самого героя истории помочь окружающим;

- герои историй должны быть в возрасте до 35 лет;

- присланные истории (наличие фото приветствуется) размещаются на сайте и принимают участие в конкурсе при условии наличия возможности проверки и установления их подлинности;

- истории без указания полных данных для связи (почтовый и электронный адреса, номер телефона) не рассматриваются. В случае предоставления информации о сторонних лицах должны быть указаны контакты как номинанта, так и данного лица.

Призы: 1 место - 700 тысяч рублей, 2 и 3 места - предоставление работы в Совете Федерации и стажировка в крупнейшей европейской компании Valio с возможностью последующего трудоустройства.

25993, Москва, Старый Петровско-Разумовский проезд, 1/23 стр.1 «Комсомольская правда» с пометкой «Не будь равнодушным».

Контактные лица в редакции: Герасименко Анна - вн. 891, Фролова Юлия - вн. 382, Головнев Олег - вн. 316
Тел.: 8(495)777-27-72.
E-mail: premia@kp.ru



КОНКУРС HENKEL INNOVATION CHALLENGE IV

Начинается прием заявок на международный студенческий конкурс Henkel Innovation Challenge IV. Дедлайн 13 декабря 2010 г.

Организатор - компания «Хенкель». «Хенкель» ищет талантливых, творческих и амбициозных людей, которые не боятся бросить вызов своим сверстникам из других стран и готовы проверить свои творческие способности на международном уровне. Компания приглашает студентов, обучающихся в ВУЗах и владеющих английским языком, принять участие в ежегодном международном студенческом конкурсе HIC IV. Победителей международного финала ожидает эксклюзивное кругосветное путешествие, а три лучшие команды проведут день в центральном офисе компании в Дюссельдорфе, где встретятся с г-ном Каспером Рорштедом, главой компании «Хенкель». Кроме того, для самых талантливых и креативных участников из России предлагается возможность стажировки с перспективой дальнейшего трудоустройства.

Henkel Innovation Challenge не только дает возможность студентам хорошо зарекомендовать себя в глазах крупной международной компании – перспективного работодателя, но и позволяет самой компании «Хенкель» познакомиться с молодыми талантами со всей Европы. Многочисленные участники предыдущих трех конкурсов уже пополнили ряды сотрудников компании.

Для того чтобы принять участие в конкурсе необходимо зарегистрировать свою команду (2-3 студента) на сайте конкурса и представить креативную идею того, как один из брендов «Хенкель» будет удовлетворять потребности покупателей в 2050 г.

Конкурс проходит одновременно в 14 европейских странах. Лучшие национальные команды в начале 2011 г. представят свои идеи на суд жюри – топ-менеджеров компании «Хенкель», которые определят одного победителя. Международный финал конкурса, в котором примут участие команды-победители национальных финалов, пройдет в апреле 2011 г. в Берлине. www.henkelchallenge.com

Седьмой