

## Организация и использование информационных ресурсов

**СИРОТИНА Майя Александровна** – кандидат технических наук, директор Рекламно-выставочного центра РХТУ им. Д.И. Менделеева

**ВАСИЛЕНКО Елена Алексеевна** – кандидат химических наук, доцент, зам. директора Рекламно-выставочного центра РХТУ им. Д.И. Менделеева

### **ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗА**

Российский химико-технологический университет (РХТУ) имени Д.И. Менделеева – один ведущих технических университетов РФ.

Наряду с основной сферой деятельности – подготовкой специалистов, бакалавров, магистров, специалистов высшей квалификации, университет проводит широкие научные исследования. Университет применяет инновационную стратегию развития научной деятельности, участвуя в реализации цепочки «научная идея – промышленная технология – производство продукции, имеющей платежеспособный спрос».

Продвижение научно-технической продукции является сложной комплексной задачей, в разрешении которой участвуют кафедры и другие подразделения университета, отвечающие за рекламную, финансово-экономическую, правовую и информационную составляющие.

В данной публикации мы коснемся рекламной деятельности как одного из важнейших направлений в продвижении инновационных научных разработок на рынок научно-технической продукции.

Для организации рекламной кампании необходимо, прежде всего, определить ее цель. Цели могут быть как коммерческие, так и имиджевые.

В данном случае цель рекламной деятельности – это формирование имиджа университета как крупнейшего учебно-научного центра и установление деловых и партнерских связей с вузами, научными организациями, промышленными предприятиями.

Для реализации поставленной цели вуз осуществляет деятельность в следующих направлениях:

- Представление научных разработок университета на отечественных и зарубежных выставках.
- Подготовка рекламных материалов.
- Создание информационной базы данных по завершённым разработкам университета.
- Подготовка материалов и размещение их на интернет-сайте РХТУ.

Выбор выставок диктуется несколькими параметрами – профильностью, международным охватом, количеством участников, экспозиционной площадкой, стоимостью.

В 2003-2005 гг. университет принял участие в 22 научно-технических выставках, среди которых крупнейшие международные и специализированные выставки - «Химия - 2003, 2005», «Экватек - Вода. Экология и технология - 2004», «MARSHESS-2004», «Московский международный салон инноваций и инвестиций», «Высокие технологии XXI века –2004, 2005», «Нанотехнологии и наноматериалы – 2004, 2005», «Современная образовательная среда - 2003, 2004, 2005» и другие. К экспонированию было представлено по совокупности около 450 разработок университета.

Участие в отечественных и зарубежных выставках осуществляет Рекламно-выставочный центр РХТУ. Совместно с кафедрами университета осуществляется отбор и подготовка экспонатов, подготовка рекламных материалов к экспонатам.

Подготовка рекламных материалов носит комплексный характер. Информационная поддержка осуществляется путем публикации в специализированных изданиях, таких как выставочные каталоги, сборники научных разработок, проспекты и др.

Для каждого выставочного экспоната создается рекламный листок, содержащий информацию о научной разработке. При разработке рекламного листка очень важно соблюсти ряд требований - краткость, доходчивость, полноту сведений. В результате была разработана форма описания:

- Наименование разработки
- Области применения и назначение
- Краткое описание и основные технические характеристики
- Преимущества

- Степень освоения
- Правовая защита
- Формы сотрудничества
- Контактная информация

Научные разработки, объединенные по тематическим разделам, направлениям отображались на *стендах, планшетах, постерах*. Для примера назовем некоторые из них:

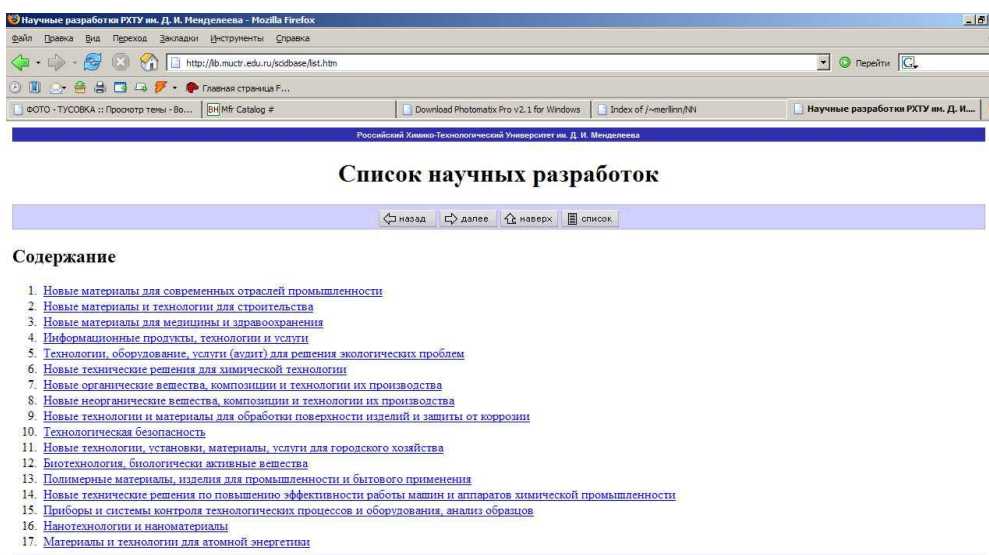
- Современные лакокрасочные материалы и технологии
  - Полимеры XXI века
  - Новые материалы для медицины и здравоохранения
  - Нанотехнологии и наноматериалы
  - Строительные и декоративно-отделочные материалы
  - Материалы и технологии для атомной промышленности
  - Система баз данных по оборудованию для решения экологических проблем предприятия
  - Озонные технологии в нефтехимии и нефтепереработке
- и другие.

В настоящее время университет уделяет большое внимание современной форме представления рекламно-информационных материалов – *аудиовизуальных и мультимедийных* - для представления на отечественных и зарубежных выставках, конференциях, конгрессах, презентациях и т.п.

Важнейшим этапом инновационной деятельности является *создание информационной базы данных* по завершенным разработкам университета. Результатом постоянной работы с кафедрами создание базы данных «РХТУ - экономике России».

В 2005 г. подготовлена новая версия базы данных (БД) научных разработок. БД имеет иерархическую гипертекстовую структуру. Каждая запись представляет собой отдельную папку, каждое поле записи - отдельный файл; что позволяет легко хранить в БД данные любых типов. Генерация БД осуществляется в полуавтоматическом режиме с помощью набора скриптов командной оболочки cmd и на языке perl.

База данных установлена в открытом доступе в разделе «Наука» на интернет-сайте РХТУ (<http://www.muctr.edu.ru>), а также тиражируется на компактных оптических дисках в целях распространения на научно-технических мероприятиях.



Один из разделов БД научных разработок РХТУ.

Оценка результативности рекламно-выставочной деятельности в продвижении научных разработок выражается количественными и качественными показателями эффективности.

Удачным оказался выбор для участия крупнейших международных выставок, таких как «Химия», «Высокие технологии XXI века», «Экватэк» (см. выше), который продемонстрировал большой интерес к научным разработкам и образовательным услугам университета со стороны отечественных и зарубежных специалистов.

Собран пакет предложений сторонних организаций (более 150 - за последние три года) о сотрудничестве с РХТУ, который передан в научно-исследовательскую часть и на соответствующие кафедры.

По итогам выставок за последние три года получены 18 дипломов, 11 медалей за отдельные разработки и 3 памятных приза.

Существует ряд проблемных моментов, нуждающихся, на наш взгляд, в доработке рекламно-выставочного направления деятельности.

Несмотря на развитые средства полиграфической и компьютерной рекламы, остается актуальным наличие на выставочном стенде натуральных образцов создаваемых материалов. Поэтому необходимо совершенствовать форму и виды экспонируемых образцов.

Широкий спектр научных разработок требует высокой квалификации стендистов, представляющих университет на выставках. В целях оптимизации этой работы, необходимо организовывать авторские презентации и семинары на выставочном стенде с привлечением заинтересованных организаций и специалистов.

Для повышения процента заключаемых договоров на внедрение научных разработок необходимо создать базу данных целевой аудитории – потенциальных заказчиков и обеспечить адресную рекламно-информационную кампанию.