
Гуманитарный университет
Российское психологическое общество (г. Москва)

**IV международная научно-практическая конференция
«СОЦИАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ:
СТРАТЕГИИ, КОНЦЕПЦИИ И ПРАКТИКИ»
(5–6 декабря 2013 года, Екатеринбург)**

5–6 декабря 2013 г. Гуманитарный университет совместно с Российским психологическим обществом (г. Москва) провел IV Международную научно-практическую конференцию «Социальные инновации: стратегии, концепции и практики». Это традиционная конференция, которую ежегодно проводит факультет социальной психологии Гуманитарного университета.

Выбор темы конференции обусловлен тем, что для современного общества разработка и успешное внедрение социальных инноваций является одной из ключевых. Необходимость рассмотрения различных инновационных подходов связана с реализацией новых идей и проектов, которые способны изменить жизнь как отдельных людей, так и общества в целом. Основной целью конференции стал поиск новых, нестандартных решений в таких социально-образовательных сферах, как психология, управление персоналом, реклама и связи с общественностью, социально-культурный сервис и туризм.

В качестве участников конференции выступили студенты, магистранты, аспиранты, преподаватели, а также практикующие специалисты ведущих вузов Екатеринбурга и зарубежных стран (Италия, Англия, Израиль, Казахстан, Германия и др.).

В адрес участников конференции поступили приветственные письма от министра экономики Свердловской области Дмитрия Юрьевича Ноженко и начальника Управления образования Администрации г. Екатеринбурга Евгении Леонидовны Умниковой, в которых были отмечены актуальность темы и ее практическое значение для развития Уральского региона.

Основными направлениями работы конференции стали:

1. Представления об инновациях: социально-психологические аспекты.
2. Условия неопределенности: моделирование в управлении персоналом.
3. Реклама и связи с общественностью в социальных инновациях.
4. Инновации в гостеприимстве и туризме.

В рамках конференции прошли девять практических воркшопов, которые провели ведущие эксперты в области сервиса и туризма, рекламы и связей с общественностью, управления персоналом.

Работа психологической секции была посвящена проблеме формирования представлений об инновациях. На конференции были представлены наиболее интересные доклады и проекты, посвященные инновациям в социально-психологической практике. Особый интерес вызвали доклады аспиранта К. В. Маркина и студентки 5-го курса факультета социальной психологии И. Коренченко, раскрывающие представления о деньгах у современных подростков и молодежи. Доклад С. В. Мостикова «Системообразующие конструкты самосознания» вызвал у аудитории неподдельный интерес, выступающий отвечал на вопросы, приводил примеры из собственной психологической практики. На конференции также рассматривались проблемы военных конфликтов и угрозы терроризма, которые нашли отражение в докладах А. А. Мокиной и Ю. Толстых. Практическая направленность инновационного подхода в социальной психологии была освящена в работах магистрантов Е. Ю. Ган, А. А. Шнайдер, О. В. Кузнецовой и др.

В рамках секции «Инновации в гостеприимстве и туризме» были проведены два воркшопа: «Инновации в туризме» и «Инновации в социально-культурном сервисе», где рассматривались основные тенденции в организации работы участников туристской и сервисной деятельности. Ведущая первого воркшопа Д. Шевелева, менеджер туристского агентства «Сан Берри», предложила участникам рассмотреть следующий круг вопросов: инновации во взаимоотношениях туроператора и турагента, тенденции в организации работы участников турдеятельности, система онлайн-регистрации, использование интерактивных карт отелей (3D модели) на сайте операторов, инновации в формате дистанционного обучения сотрудников турфирм.

Второй воркшоп, «Инновации в социально-культурном сервисе», провел Сергей Заякин, аспирант Гуманитарного университета. Его ключевыми темами стали: корпоративные механизмы сбора и отбора инновационных идей (state gate, «конвейер идей»), инновации в корпоративной культуре предприятия социально-культурного сервиса, потребительские инновации в корпоративной культуре предприятия социально-культурного сервиса.

В рамках конференции для студентов и преподавателей специальности «Реклама и связи с общественностью» проводилась «Мастерская PR и рекламы». Основными вопросами ее стали: «Как создать эффективную рекламу? Что такое event'ы? Каковы стратегии интернет-рекламы? Как создать информационный повод?»

Открывал неделю Александр Зиновьев, Digital Strategist рекламной группы Delta-Plan. Он поделился секретами работы в рекламном бизнесе, осветив следующие вопросы: «Как добиться признания в рекламной сфере? Как зарабатывать на рекламе? Как работать, чтобы получать награды? Каковы секреты разработки стратегии интернет-рекламы?»

PR-специалист рекламного агентства «Космос» Наталья Семихатова объяснила студентам, как и какие event'ы работают, а медиапланер рекламного агентства Bradberry Артем Банковский рассказал о правилах постановки рекламных целей и о способах оценки эффективности рекламных сообщений.

Мастерскую рекламы и PR посетил Иван Колотовкин, PR-специалист Just Media, и провел мастер-класс, в ходе которого познакомил с особенностями работы со СМИ и поиском нестандартных информационных поводов.

Последним мероприятием, вошедшим в «Неделю рекламы и PR», стал мастер-класс от Ольги Зориной, PR-специалиста портала 66.ru. На встрече с Ольгой любой желающий мог узнать о том, как при помощи PR-технологий можно привлечь 4000 зрителей на волейбольный матч и другие мероприятия.



Мастерская завершилась работой секции «Реклама и связи с общественностью в социальных инновациях», где были подведены итоги мастерской и представлены наиболее интересные сообщения, разработки, проекты, касающиеся инноваций в сфере рекламы и PR.

Дроздова А. В.