



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

ЭКОНОМИСТ



ЦЕЛИ ИЗДАНИЯ



Информирование целевой аудитории – студентов, преподавателей и сотрудников вуза, корпоративных партнеров.



Формирование единой университетской идентичности, укрепление чувства принадлежности студентов, преподавателей и сотрудников к вузу.



Поддержка студенческих инициатив посредством освещения деятельности студенческих организаций, клубов и команд, студенческих проектов и достижений.



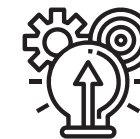
Повышение имиджа вуза среди сотрудников и деловых партнеров.



Появление и укрепление новых партнерских контактов, привлечение новых студентов и сотрудников.



Трансляция корпоративных ценностей, миссии и роли университета, а также образования в целом.



Развитие и укрепление корпоративного бренда.

ГЛАВНЫЙ КОРПОРАТИВНЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ РЕСУРС УНИВЕРСИТЕТА

Газета выходит с 1970 года! Одно из старейших университетских изданий.

Тираж – 1 000 экземпляров.

Имеет электронную версию и электронный архив.

Распространяется бесплатно.



СТАЖИРОВКА VS ПРАКТИКА: В ЧЕМ РАЗНИЦА?

Многие студенты задаются вопросом: «В чем разница между практикой и стажировкой?». Ответ на этот вопрос зависит от конкретной ситуации и целей студента.

ПРАКТИКА	СТАЖИРОВКА
Связана с профессиональной деятельностью.	Включает в себя учебные задания.
Позволяет получить опыт работы в конкретной области.	Позволяет получить опыт работы в конкретной области.
Обычно оплачивается.	Обычно не оплачивается.
Может быть продолжением учебы.	Может быть продолжением учебы.
Позволяет получить навыки, необходимые для будущей профессии.	Позволяет получить навыки, необходимые для будущей профессии.

О ПРАКТИКЕ
Практика – это процесс приобретения профессиональных навыков и опыта работы в конкретной области. Она может быть оплаченной или неоплаченной. Практика позволяет студенту применить теоретические знания на практике и получить ценный опыт работы.

О СТАЖИРОВКЕ
Стажировка – это процесс приобретения профессиональных навыков и опыта работы в конкретной области. Она может быть оплаченной или неоплаченной. Стажировка позволяет студенту применить теоретические знания на практике и получить ценный опыт работы.

О ПЕТЕРБУРГЕ С ЛЮБОВЬЮ

ПЕТЕРБУРГ – ГОРОД С ИСТОРИЕЙ, КУЛЬТУРОЙ И ПЕЧАТНЫМИ ПЕЧАТЯМИ.

В Петербурге много интересного. Здесь можно увидеть величественные здания, прогуляться по набережным и насладиться прекрасными видами на город. Петербург – это город контрастов, где старинная архитектура сочетается с современной жизнью.

ПРОФЕССИЯ БУДУЩЕГО В СФЕРЕ ЭКОНОМИКИ

ЭКОНОМИКА – СФЕРА, КОТОРАЯ НЕ ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ ТОЛЬКО ЧИСЛА И ЦИФРЫ. ЭТО СФЕРА, КОТОРАЯ ВЛИЯЕТ НА НАШУ ЖИЗНЬ.

ОТЗЫВЫ О ПРОГРАММЕ

Программа «Экономика будущего» дает студентам возможность изучить современные тенденции в экономике и приобрести навыки, необходимые для успешной карьеры в этой сфере.

МАРКЕТОЛОГИ НОВОГО ВРЕМЕНИ

МАРКЕТОЛОГИЯ – ЭТО НАУКА О ТОМ, КАК ПОНЯТЬ И УСПЕШНО ПРОДАТЬ СВОИ ПРОДУКТЫ И УСЛУГИ.

Современные маркетологи используют различные инструменты и методы для анализа рынка и продвижения своих товаров. Это требует постоянного обучения и адаптации к меняющимся условиям рынка.

ЗАДАЧИ ИЗДАНИЯ

Информировать студентов и сотрудников о событиях из жизни вуза, освещать достижения конкретных студентов и преподавателей.

Мотивировать студентов к саморазвитию и вовлекать в жизнь университетского сообщества.

Рассказывать об актуальных событиях из мира экономики, подкрепляя их комментариями экспертов СПбГЭУ.

Стимулировать дискуссии и обмен мнениями внутри университетского сообщества посредством публикации материалов, вызывающих интерес и разнообразные точки зрения у читателей.

Предоставлять студентам возможность приобрести навыки журналистской деятельности и пройти учебную практику.

Предоставлять возможность самовыражения и раскрытия интеллектуального и творческого потенциала студентов и сотрудников университета.

1970



На протяжении многих лет издание меняло содержание и дизайн



2019



Последний редизайн газеты был проведен в 2019 году



2023

Каждый год газета «обновляется»: появляются новые герои, новые элементы оформления, рубрики, темы и т. д.



«ЭКОНОМИСТ» – не просто газета, это стильный молодежный mini journal

При оформлении издания используются актуальные тенденции графического дизайна.



Основная концепция верстки – лаконизм и доступная подача материала.



Ориентация на лучшие отечественные и зарубежные печатные СМИ самого широкого профиля.

№ 011111 | ноябрь 2022 | Газета «Экономист»

НАЛАЖИВАЕМ КОММУНИКАЦИЮ

ВО ВРЕМЯ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТАМ НЕОБХОДИМО ПОНЯТЬ ПОНЯТИЕ КОММУНИКАЦИИ. В ЭТОМ ЧИСЛЕ ВАЖНОСТЬ ИМЕЮТ НЕ ТОЛЬКО ДИРЕКТОР ИЛИ ПРЕДСЕДАТЕЛЬ КОЛЛЕКТИВА, А ТАКЖЕ КАЖДАЯ ИЗ НАС. КАК ПОНЯТЬ КОММУНИКАЦИОННОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ПАРТНЕРАМИ, НАШИМИ И НЕ НАШИМИ?

«Каким образом можно улучшить коммуникацию?»

Секрет эффективной коммуникации заключается в том, чтобы слушать собеседника и понимать его потребности. Важно не только говорить, но и слушать. Необходимо научиться слушать собеседника, чтобы понять его потребности и предложить ему помощь.

«Что такое коммуникация?»

Коммуникация – это процесс обмена информацией между людьми. Она может быть устной или письменной. Важно научиться слушать собеседника, чтобы понять его потребности и предложить ему помощь.

«Как улучшить коммуникацию?»

Для улучшения коммуникации необходимо научиться слушать собеседника, чтобы понять его потребности и предложить ему помощь. Важно не только говорить, но и слушать. Необходимо научиться слушать собеседника, чтобы понять его потребности и предложить ему помощь.

Дарья Попова

№ 011111 | ноябрь 2022 | Газета «Экономист»

НЕ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ

ОБЯЗАТЕЛЬНО ЛИ РАБОТАТЬ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ ПОСЛЕ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ? КАКИЕ ВАРИАНТЫ РАБОТЫ СУЩЕСТВУЮТ? КАКИЕ ВАРИАНТЫ РАБОТЫ СУЩЕСТВУЮТ? КАКИЕ ВАРИАНТЫ РАБОТЫ СУЩЕСТВУЮТ?

Николай Васильев

«Я считаю, что образование – это не только получение диплома, но и приобретение навыков, которые помогут вам в жизни. Важно научиться слушать собеседника, чтобы понять его потребности и предложить ему помощь. Важно не только говорить, но и слушать. Необходимо научиться слушать собеседника, чтобы понять его потребности и предложить ему помощь.»

Александр Васильев

«Я считаю, что образование – это не только получение диплома, но и приобретение навыков, которые помогут вам в жизни. Важно научиться слушать собеседника, чтобы понять его потребности и предложить ему помощь. Важно не только говорить, но и слушать. Необходимо научиться слушать собеседника, чтобы понять его потребности и предложить ему помощь.»

Дарья Попова

«Я считаю, что образование – это не только получение диплома, но и приобретение навыков, которые помогут вам в жизни. Важно научиться слушать собеседника, чтобы понять его потребности и предложить ему помощь. Важно не только говорить, но и слушать. Необходимо научиться слушать собеседника, чтобы понять его потребности и предложить ему помощь.»

Дарья Попова

№ 011111 | ноябрь 2022 | Газета «Экономист»

ЛИЧНЫЙ БРЕНД ДЛЯ СТУДЕНТА

В НАШЕ ВРЕМЯ ЛИЧНЫЙ БРЕНД СТАЛ АКТУАЛЬНЫМ. КАКИЕ ВАРИАНТЫ РАБОТЫ СУЩЕСТВУЮТ? КАКИЕ ВАРИАНТЫ РАБОТЫ СУЩЕСТВУЮТ? КАКИЕ ВАРИАНТЫ РАБОТЫ СУЩЕСТВУЮТ?

Дарья Попова

«Личный бренд – это то, что отличает вас от других. Это ваш стиль, ваши интересы, ваши ценности. Важно научиться слушать собеседника, чтобы понять его потребности и предложить ему помощь. Важно не только говорить, но и слушать. Необходимо научиться слушать собеседника, чтобы понять его потребности и предложить ему помощь.»

Александр Васильев

«Личный бренд – это то, что отличает вас от других. Это ваш стиль, ваши интересы, ваши ценности. Важно научиться слушать собеседника, чтобы понять его потребности и предложить ему помощь. Важно не только говорить, но и слушать. Необходимо научиться слушать собеседника, чтобы понять его потребности и предложить ему помощь.»

Николай Васильев

«Личный бренд – это то, что отличает вас от других. Это ваш стиль, ваши интересы, ваши ценности. Важно научиться слушать собеседника, чтобы понять его потребности и предложить ему помощь. Важно не только говорить, но и слушать. Необходимо научиться слушать собеседника, чтобы понять его потребности и предложить ему помощь.»

Дарья Попова

№ 011111 | ноябрь 2022 | Газета «Экономист»

КАК СТУДЕНТАМ ПОДГОТОВИТЬСЯ К ПУБЛИЧНОМУ ВЫСТУПЛЕНИЮ?

КАКИЕ ВАРИАНТЫ РАБОТЫ СУЩЕСТВУЮТ? КАКИЕ ВАРИАНТЫ РАБОТЫ СУЩЕСТВУЮТ? КАКИЕ ВАРИАНТЫ РАБОТЫ СУЩЕСТВУЮТ?

Дарья Попова

«Публичное выступление – это возможность поделиться своими идеями и знаниями с другими людьми. Важно научиться слушать собеседника, чтобы понять его потребности и предложить ему помощь. Важно не только говорить, но и слушать. Необходимо научиться слушать собеседника, чтобы понять его потребности и предложить ему помощь.»

Александр Васильев

«Публичное выступление – это возможность поделиться своими идеями и знаниями с другими людьми. Важно научиться слушать собеседника, чтобы понять его потребности и предложить ему помощь. Важно не только говорить, но и слушать. Необходимо научиться слушать собеседника, чтобы понять его потребности и предложить ему помощь.»

Николай Васильев

«Публичное выступление – это возможность поделиться своими идеями и знаниями с другими людьми. Важно научиться слушать собеседника, чтобы понять его потребности и предложить ему помощь. Важно не только говорить, но и слушать. Необходимо научиться слушать собеседника, чтобы понять его потребности и предложить ему помощь.»

Дарья Попова

ГРАФИЧЕСКОЕ ОФОРМЛЕНИЕ. ОБЛОЖКА



Обложка является «лицом» выпуска, поэтому к ее созданию предъявляются высокие требования.

Как правило, на обложку выносятся фото студентов нашего вуза, что делает газету еще ближе и интереснее читателям.

Каждый выпуск имеет свое оригинальное цветовое оформление.

Для создания обложки выбираются интересные городские и молодежные локации. Съемки проводятся с привлечением профессиональных фотографов.

ГРАФИЧЕСКОЕ ОФОРМЛЕНИЕ. СТИЛЬ



Основная задача при разработке стиля издания – ориентация на особенности восприятия молодежной аудитории, соответствие графическим трендам, их адаптация под конкретную специфику выпусков. Над стилем работает команда опытных графических дизайнеров и фотографов.



Сбалансированные цветовые схемы: читатель не устает и не теряется в текстовом объеме.

Каждый разворот газеты представляет собой оригинальный дизайн, соответствующий общей стилистике выпуска.

Разнообразие композиций, что привлекает и удерживает внимание аудитории.

ГРАФИЧЕСКОЕ ОФОРМЛЕНИЕ. ТЕХНИЧЕСКИЕ РАЗРАБОТКИ



Редакционный дизайн обладает выраженной типографской структурой: заголовок, лид, основной текст имеют собственные шрифты, определенный кегль, межстрочные интервалы, фиксированное расположение на полосе.

Изображения и фотографии располагаются преимущественно в начале статьи, что помогает читателю лучше ориентироваться.

Внутренняя часть газеты состоит из модульной сетки и обычно разделена на три части (колонки), что подчеркивает лаконизм стиля, делает восприятие текста читателем максимально удобным, не перегружает полосы информацией.

ГАЗЕТА «ЭКОНОМИСТ»

Каждый год в газете «Экономист» проходят практику десятки студентов кафедры коммуникационных технологий и связей с общественностью СПбГЭУ.

Будущие специалисты приобретают навыки работы в редакции средства массовой информации, учатся создавать тексты различных жанров, осуществлять редактуру, выбирать актуальную для аудитории тему, налаживать контакт с героями публикации, брать интервью, проводить опросы, искать информацию по теме и анализировать ее, соблюдать дедлайн и т. д.

Сотрудничество с газетой «Экономист» стимулирует развитие студенческой активности в профессиональной сфере.



ГАЗЕТА «ЭКОНОМИСТ» ➔

В газете «Экономист» публикуют материалы самого широкого круга тем, а также создаются отдельные спецвыпуски. Например, спецвыпуски, посвященные финансовой грамотности, построению карьеры, спортивным достижениям наших студентов и преподавателей, абитуриентам и первокурсникам, психологическому здоровью, экологии и саморазвитию.

Традиционно к 1 сентября в номерах «Экономиста» студентов ждет подарок – тематическая открытка, которую ребята могут отправить родным и друзьям в другие города.



ДОСТИЖЕНИЯ



Газета является востребованной как на внешних площадках, так и на внутренних мероприятиях.

2022 год

Газета «Экономист» заняла 1 место в номинации «Лучший дизайн-макет корпоративного СМИ» международного конкурса корпоративных СМИ «Медиалидер-2022».

Также газета была отмечена дипломами «Отличник конкурса» в номинациях – «Лучшая корпоративная газета», «Лучшее корпоративное digital-издание» и «Лучшая обложка корпоративного СМИ».

