

Студенты Гуманитарного института победили во всероссийском конкурсе «Лучник Future»



18 февраля в Москве состоялась торжественная церемония награждения победителей первого всероссийского конкурса студенческих команд в области развития общественных связей «Лучник Future». Заветные статуэтки вручали студентам Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью Гуманитарного института Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого и лидерам коммуникационной отрасли — победителям Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник».

В год 25-летия национальной премии Попечительским советом был учрежден студенческий трек, который объединил идею «Лучника» будущего 70 команд со всей России. Студенты профильных направлений подготовки представили 86 проектов по решению кейсовых заданий от компаний партнеров: Тинькофф, ТМК, Segezha Group, ЭР-Телеком, Группа ГАЗ, Благотворительный фонд РДКМ. От ВШМиСО на конкурс было подано три проекта, два из которых вошли в шорт-лист и были представлены к защите в Общественной палате Российской Федерации. Две наши команды — «Оникс» и «PR.com» — соревновались в числе топ-21. Наставниками команд выступили доцент, директор ВШМиСО Марина Арканникова и доценты ВШМиСО Виктория Пулькина, Анна

Сафонова, Дмитрий Попов, Тамара Тараканова, Татьяна Черкащенко.

Команда «Оникс», которую представляли Яна Голятина, Надежда Коноплева, Евгения Шершнёва, Мария Контурова, Алиса Борисенко, Софья Тимакова и Ангелина Московская, разработала PR-кампанию «Одно решение — две судьбы» для Благотворительного фонда регистра доноров костного мозга им. Васи Перевозчикова. Студенты представили интересные наработки, раскрывающие возможные варианты помощи регистру, коллаборации с арт-галереями и культурными институциями.



Лучшим решением бизнес-задачи для «Трубной металлургической компании» признана студенческая работа команды «PR.com» в составе Алисии Яковенко, Ольги Пустовой, Дарьи Васильевой, Александры Лопуховой, Ирины Фрей, Даниила Васильева, Аделины Бороздиной. Ребята разработали коммуникационную кампанию построения HR-бренда «ТМК» в молодежной среде. Кейс «ТРУБЫ по-новому: ОБЪЕКТИВная реальность» включал широкий набор инструментов новых медиа, AR-технологий, организацию скейт-парка и арт-выставки в реальных трубах большого диаметра. Проект удивил членов жюри и непосредственно самого заказчика, не только творческим подходом в разработке коммуникационной стратегии, но и нетривиальной подачей, защитой проекта.

Поздравляем студентов и наставников с заслуженной победой!

Информация подготовлена по [материалам Высшей школы медиакоммуникаций](#)
[и связей с общественностью ГИ СПбПУ.](#)