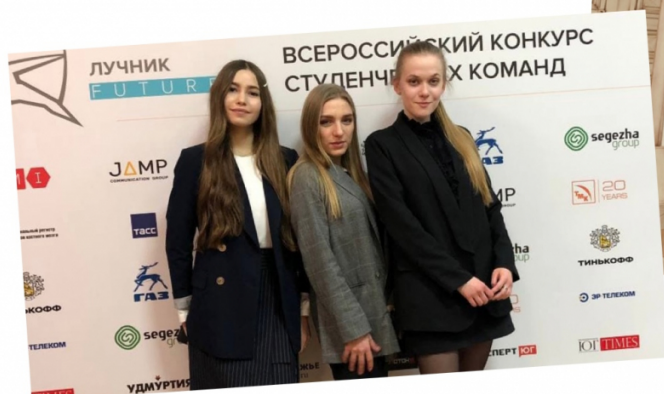


## Студенческая команда ВШПМ в шорт-листе национальной премии России в области развития общественных связей «Лучник Future»

Национальная премия России  
в области развития общественных связей «Лучник Future»

Студенческая команда ВШПМ заняла призовое место в номинации  
«Лучшее решение бизнес-задачи для Группы ГАЗ»

# Поздравляем!



В феврале прошла XXV церемония вручения премии «[Серебряный лучник](#)». «Серебряный лучник» – это ежегодная национальная премия России в области развития общественных связей. Премия была учреждена 25 июня 1997 года, в число её основателей входят Российская ассоциация по связям с общественностью, Торгово-промышленная палата Российской Федерации и Союз журналистов России.

Участие в конкурсе студенческих команд на лучшее решение бизнес-задач «Лучник Future» – это решение реальных задач от крупнейших российских компаний, нетворкинг и командная работа над общим кейсом.

На конкурс «Лучник Future» было представлено 86 коммуникационных проектов. Свои работы прислали 70 студенческих команд из 34 вузов страны, расположенных в 17 городах России.

Для решения командам были представлены семь реальных PR-кейсов от шести партнеров конкурса – коммерческих и общественных организаций. Генеральным партнером «Лучник Future» выступила компания Тинькофф. Свои задачи для решения

также представили компании ТМК, Segezha Group, ЭР-Телеком, Группа ГАЗ и благотворительный фонд РДКМ.

Проекты студентов оценивались по таким критериям как аналитическое обоснование, эффективность и креативность решений, применение подхода Helicopter View, возможность применения готового решения в настоящем времени.

Открытые защиты студенческих проектов перед экспертами и жюри конкурса состоялись 18 февраля в Москве, в Общественной палате Российской Федерации.

Команда студентов «PR corporation» Высшей школы производственного менеджмента в составе Виктории БЛАЖЧУК, Марии ЯКОВЛЕВОЙ, Евгении ФИЛЯНИНОЙ и Кристины ШАБАЛИНОЙ вошла в шорт-лист национальной премии и по итогам двух этапов конкурса заняла второе место в номинации «Лучшее решение бизнес-задачи для Группы ГАЗ».

*«Мы ответственно подошли к подготовке решения на этот конкурс. Был разработан медиаплан коммуникационной кампании для задачи «Группы ГАЗ», который подкреплялся конкретными коммуникационными материалами. В процессе работы мы создали макеты баннеров, постов в социальные сети, формы опросов, видеоролики, а также нарисовали игровой кейс для школьников», – поделилась своим впечатлением участница команды Евгения ФИЛЯНИНА.*

*«Решение кейса базировалось на исследованиях в области PR коммуникаций, и наши студентки справились с этим на отлично», – комментирует Анна ТИМОФЕЕВА, руководитель команды, заместитель директора по НИРС Высшей школы производственного менеджмента. «Обоснование предлагаемой коммуникационной кампании включало выводы анализа взаимосвязи ее инструментов и этапов жизненного цикла компании «Группа ГАЗ», формирование модели PESO, SWOT анализ и другие методы менеджмента. Высшая школа производственного менеджмента идет в ногу со временем, и студенты получают на занятиях актуальную информацию и знания, которые сразу применяются на практике с использованием кейс-методов. В случае с решением кейса «Группы Газ» эксперты и жюри конкурса высоко оценили компетенции нашей команды, которая в итоговом рейтинге заняла почетное второе место в своей номинации».*

Поздравляем команду ВШПМ с таким прекрасным результатом!