

Победы политехников на конкурсе студенческих команд «Лучник Будущее»

В Санкт-Петербурге состоялся финал конкурса «Лучник Будущее» Северо-Запад. В соревновании участвовали 11 вузов из шести городов России. Студенты и магистранты разрабатывали маркетинговые и PR-стратегии для реального бизнеса. В финале свои проекты представили 18 команд, среди которых — студенты Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью Гуманитарного института СПбПУ и Высшей школы производственного менеджмента Института промышленного менеджмента, экономики и торговли.

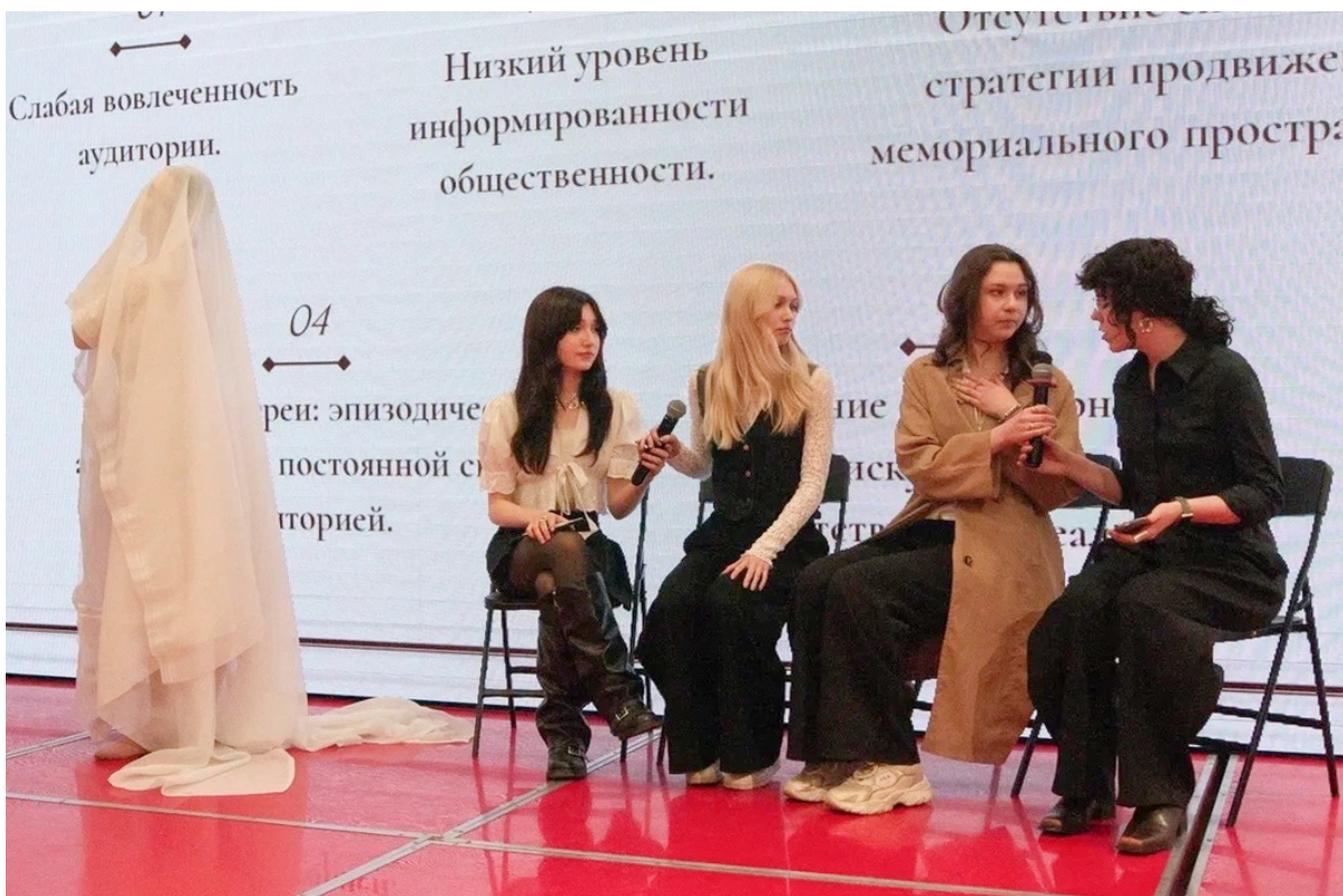


Команда студентов первого курса направления «Реклама и связи с общественностью» «Балеткор» представила проект «Искусство, парящее над временем» для мемориального пространства «Зеркальная комната „Анна Павлова“». Научный руководитель — доцент ВШМиСО Анна Танова.

Студенты команды «Балеткор» предложили погружающий формат экспозиции: с помощью коммуникационных механик посетителя вовлекают в атмосферу семи знаковых балетов, связанных с творчеством Анны Павловой — «Жизель», «Умиравший лебедь», «Баядерка», «Дон Кихот»,

«Лебединое озеро», «Сильфида». Участники доказали, что наследие Павловой может быть интерпретировано в современном музейном пространстве как живое культурное явление, притягивающее новую аудиторию.

Конкурс стал для нас не только проверкой профессиональных навыков, но и площадкой для экспериментов с формой и восприятием. Мы стремились показать, что язык коммуникаций способен сделать классическое искусство актуальным и осязаемым для молодого зрителя — через звук, свет, интерактив и продуманные сюжеты. Этот опыт дал команде уверенность в том, как работать с культурными брендами в реальном пространстве и как превращать знаковые истории в инструмент современной коммуникации, — поделилась впечатлениями капитан команды Анна Никитина.



Студенты ВШПМ Елизавета Ерошева, Мария Кочикян и Виктория Герасимова одержали победу с проектом по разработке стратегии развития премиального бренда свечей ручной работы DEA. Наставник команды — доцент ВШПМ Анна Тимофеева.

Команда провела детальный анализ рынка премиальных свечей, выявила основные уязвимости конкурентов, а также предложила креативную концепцию, построенную вокруг философии осознанности, а не на прямых продажах. Особое внимание уделили анализу рисков по сценариям и предложенной медиастратегии, которая создавала «эффект ожидания»

перед запуском офлайн-продаж.

Мы с самого начала понимали: продавать свечу как просто свечу значит затеряться среди сотен других. Основная цель была в том, чтобы показать, что бренд DEA — это про “паузу” в суматохе дней. Мы доказали, что для премиального продукта важнее физический контакт и доверие, а не количество показов. Наше выступление показало, что искренность и глубокая проработка философии бренда могут конкурировать с так называемым агрессивным маркетингом, — поделились своими впечатлениями участницы команды ВШПМ.



На конкурсе «Лучник Будущее» Северо-Запад политехники продемонстрировали сильные проектные компетенции, умение работать с культурными и бизнес-кейсами, способность переводить идеи в практические решения.

«Победы наших команд — результат системной работы по развитию профессиональных компетенций у студентов: от идеи до презентации и защиты проекта перед экспертным жюри, — отметила директор Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью ГИ Марина Арканникова. — Задачи от заказчика формируют у молодёжи умение решать прикладные задачи, аргументировать свою позицию и защищать проектные решения на профессиональном уровне».

Дата публикации: 2026.03.23

>>Перейти к новости

>>Перейти ко всем новостям