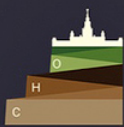


Итоги кейс-чемпионата МГУ «Зеленая логистика»: студенты СПбПУ в тройке лидеров



В феврале Студенческое научное общество факультета почвоведения МГУ имени М.В. Ломоносова совместно с логистической компанией ReFresh Logic провели кейс-чемпионат «Зеленая логистика». Команда Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого «Фортуна» в составе студентки Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью Гуманитарного института Анастасии Комиссаровой и студента Высшей школы транспорта Института машиностроения, материалов и транспорта Никиты Сивкова заняла 3 место.



«Зеленая логистика»

ДИПЛОМ

настоящим подтверждается, что

Комиссарова Анастасия Игоревна

лауреат III степени экологического кейс-чемпионата «Зелёная логистика»
Студенческого научного общества факультета почвоведения МГУ при
партнерстве с логистической компанией «reFRESH LOGIC»



Попов Д. В.
Учредитель и CEO компании
ReFresh Logic



Тимофеева Е. А.
К.б.н., доцент кафедры химии почв
факультета почвоведения МГУ, куратор
СНО факультета почвоведения МГУ

В кейс-чемпионате принимали участие студенты и аспиранты из разных вузов страны. Командам-участникам было необходимо решить кейс, применяя принципы ESG, а именно, разработать план мероприятий для одной из складских площадок компании-заказчика. Состязания проходили в два этапа: в ходе первого заочного этапа команды разрабатывали калькулятор углеродного следа, подбирали операторов для вывоза отходов компании и составляли ESG-отчет компании через 10 лет. Во второй очный этап конкурса из 53 команд прошли только 11, а по итогам защиты проектов команда СПбПУ вошла в тройку призеров.

«Были ребята с очень классными предложениями, но мы в своих силах были уверены на 100 %, — поделилась Анастасия. — С первым заданием справились отлично, Никита даже проявил инициативу и помимо excel-таблицы написал еще и целое приложение на Python. Второе задание нас немного подвело, мы делали его вместе, но уже в последний момент. Не было времени очень детально анализировать деятельность операторов по вывозу мусора, к тому же не у всех есть расценки на сайтах, что значительно усложнило поиски подходящих по соотношению цена-качество. За третье задание отвечала я. Как коммуникатор, я отлично понимала, что ESG-отчет — это еще один PR-инструмент для компании. Очень важным вопросом здесь оказались коммуникации в целом, так как компания практически никак не была представлена в инфополе. Мы предложили заказчику заявлять о себе как о социально-ответственной компании, ведь они делают очень полезные вещи — пытаются снизить свой углеродный след и стать более экологичными».

