

Итоги семестра: производственная проектная практика зачтена на «отлично»



17 и 20 декабря в Высшей школе медиакоммуникаций и связей с общественностью Гуманитарного института Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого состоялись защиты проектов, выполняемых в рамках производственной проектной практики.

В течение осеннего семестра студенты 3 курса бакалавриата, а также 1 и 2 курсов магистратуры в составе проектных групп не только разрабатывали, но и реализовывали коммуникационные кампании. Среди них: контент-стратегии продвижения организации в социальных сетях, корпоративные мероприятия в системе связей с общественностью, разработка фирменного стиля в системе визуальных коммуникаций организации, корпоративные медиа и личный бренд руководителя в корпоративной культуре организации, разработка и проведение рекламной кампании в Интернет-среде и многое другое.

По мнению профессионального жюри, в состав которого вошли руководители проектной практики ВШМиСО ГИ СПбПУ и представители компаний-заказчиков, большинство команд продемонстрировали не только приобретенные знания и навыки работы в командах, но и профессиональный подход к задачам, ответственность и нацеленность на результат. Всего в течение семестра студентами Высшей школы было проработано более 30 проектов

различной направленности: информационных, исследовательских и творческих.



Защиты проектов прошли в атмосфере оживленной дискуссии и обмена идеями, что позволило жюри определить лучшие проектные решения. «За высокий уровень командной работы и лучшую защиту» отмечены проекты «Продвижение корпоративного проекта «Gazprom triathlon team», «Образование в условиях пандемии COVID-19» и «Социотехническое воображаемое: о будущем после коронавирусной инфекции». «За комплексный исследовательский подход и высокий уровень аналитики» — проекты «Стратегия развития Медицинского центра «XXI век» и «Цифровое доверие». «За творческий подход и высокий уровень реализации» отмечены команды проектов «Корпоративный календарь ВШМиСО», «ВШМиСО дарит тепло!» и «One Day at SPbPU».

Самыми перспективными и креативными были признаны проекты «PR-кампания по продвижению проекта Talaland в социальной сети Instagram», «Продвижение проекта «Колодцы» международного благотворительного фонда Mila4Africa», а также проект «Новые тренды в коммуникациях компаний с потребителями: проблемы и решения».

«Основная задача проектной практики направлена на то, чтобы научно-теоретические положения, усвоенные обучающимися в ходе учебных занятий, в процессе самостоятельной работы и приобретенного личного опыта, находили апробацию в практических исследованиях, рекламных, коммуникационных и маркетинговых кампаниях. Все это позволяет студентам и магистрантам конкретнее моделировать свою карьерную траекторию развития, будущую работу по выбранной специальности и формировать требуемые профессиональные навыки», — отметила доцент, куратор практической подготовки студентов ВШМиСО ГИ СПбПУ Анна Сафонова.