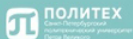


Марина Арканникова выступила с экспертным мнением в Дискуссионном клубе «PR-стандарт и тренды»

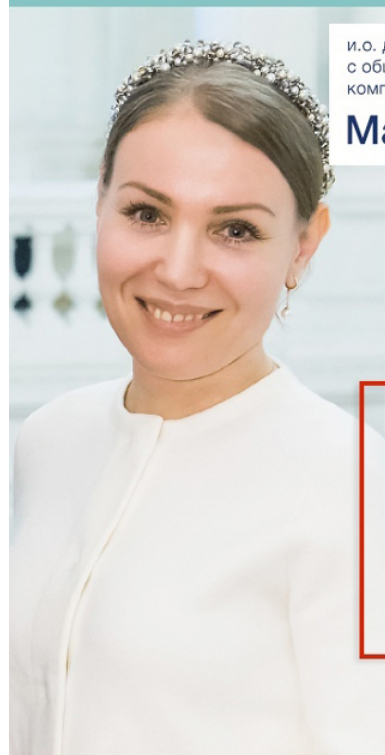


#PRSPB
КОММУНИКАЦИОННОЕ
СООБЩЕСТВО
САНКТ-ПЕТЕРБУРГА



Высшая школа медиакоммуникаций
и связей с общественностью

ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ «PR-СТАНДАРТ И ТРЕНДЫ»



и.о. директора Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью, директор Культурно-образовательного комплекса СПбПУ, кандидат политических наук, доцент

Марина АРКАННИКОВА

VS

основатель креативного агентства «ТомсОйер»,
консультант по продвижению брендов и сторителлингу

Ярослав КАТАЕВ

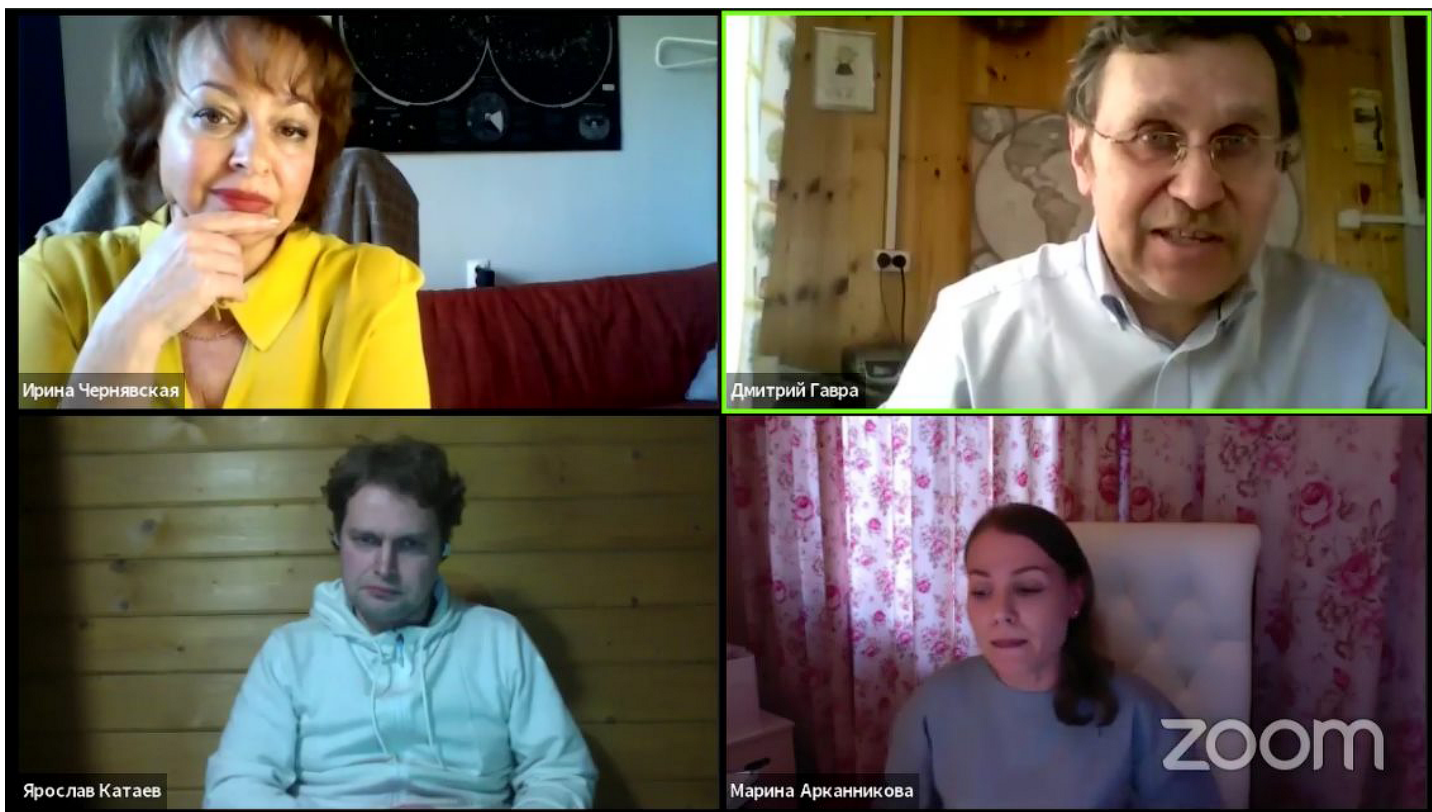


**Art & Business в кризис
и «мирное» время:
эффективная коллаборация
или трата бюджета?**

9 апреля / 18:00

9 апреля состоялась очередная встреча межвузовского Дискуссионного клуба «PR-стандарт и тренды», генеральным партнером которого выступает Коммуникационное сообщество Санкт-Петербурга #PRSPB.

Ведущая и соавтор идеи создания клуба, советник директора по связям с общественностью холдинга «Росгеология» Ирина Чернявская пригласила высказать свои «за» и «против» на тему «Арт&бизнес в кризис и «мирное время»: эффективная коллаборация или трата бюджета?» основателя креативного агентства «ТомсОйер», консультанта по продвижению брендов и сторителлингу Ярослава Катаева и к.полит.н., доцента, директора Культурно-образовательного комплекса и и.о. директора Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью Гуманитарного института СПбПУ Марину Арканникову.



Встреча, которая впервые прошла в онлайн формате, в формате продиктованным временем, собрала более 400 слушателей, среди которых профессиональное сообщество, преподаватели и студенты петербургских вузов. Не менее жаркую дискуссию, чем на оффлайн встречах, традиционно модерировал д.с.н., профессор, зав. кафедрой «Связей с общественностью в бизнесе» Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ Дмитрий Гавра. В ходе долгих обсуждений, к которым также подключились видные специалисты из отрасли, как теле- и радиоведущий, генеральный продюсер Новой сцены Александринского театра Александр Малич, эксперты пришли к единому мнению, что арт-коллаборации привносят в бренд творческую энергию, влияют на его позиционирование, усиливают трансляцию ценностей бренда, формируют новые смыслы и новый эмоциональный опыт у своих целевых аудиторий.