

«Серебряный Лучник» и «Лучник Будущее» 2024: экспертиза проектов



С 2 по 4 апреля в Общественной палате РФ и Patusha hall в Москве проходили защиты проектов финалистов XXVII сезона Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник» и IV сезона студенческого конкурса «Лучник Будущее». Оценку проектов осуществляли как эксперты отрасли, в число которых входит доцент, директор Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью ГИ СПбПУ Марина Арканникова, так и студенческое жюри, которое представляли студентки СПбПУ направления подготовки «Реклама и связи с общественностью».

В этом году «Серебряный Лучник» представил шестнадцать обновленных номинаций, которые отражают не только изменения в индустрии, но и открывают новые горизонты для участников, предоставляя им дополнительную возможность проявить свою креативность и профессионализм. Новый сезон конкурса привлек внимание еще большего количества участников, чем в прошлые годы, — 324 проекта оценивали более 100 экспертов и 25 членов жюри — высший эшелон российской коммуникационной отрасли. Региональные конкурсы «Серебряного Лучника» также побили рекорд в этом году, всего было подано более 650 заявок из 8 регионов: Юг, Сибирь, Приволжье, Урал, Дальний Восток, Северо-Запад.

Студенты ВШМиСО ГИ СПбПУ получили не только ценный опыт, но и внесли значительный вклад в определение победителей. В каждой номинации студенческое жюри награждало

лучший проект, оценивая и работу, и презентацию с точки зрения особенностей восприятия и ценностей молодежной аудитории.

Важным событием как для экспертов, так и студентов российских вузов стал VII Международный форум «Национальный бренд: открытый диалог». В открытой дискуссии форума принимали участие ведущие эксперты коммуникационной индустрии, которые расширили рамки обсуждения профессиональных вызовов и достижений общественных связей контекстом креативных индустрий и запросом государства на инновационные решения. Спикеры презентовали новейшие исследования и премиум-кейсы коммуникационной индустрии, развивающие потенциал национальных брендов.