

ВШМиСО открыла студенческую неделю «Серебряного Лучника» в Санкт-Петербурге



СТУДЕНЧЕСКАЯ НЕДЕЛЯ
СЕРЕБРЯНОГО ЛУЧНИКА
в Санкт-Петербурге

**СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ
КОММУНИКАЦИОННОГО РЫНКА
ИЛИ ГДЕ НАЙТИ ИДЕЮ
ДЛЯ РАЗВИТИЯ
АГЕНТСКОГО БИЗНЕСА?**

13 декабря 2021 | 10:00
Университете Петра Великого



Никита Владимирович Гришанин

Руководитель магистерской программы
"Репутационный менеджмент и консалтинг в РиСО"
Северо-западного института управления РАНХиГС

13 декабря в рамках проведения студенческой недели Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник» в Санкт-Петербурге перед студентами и магистрантами Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью Гуманитарного института с открытой лекцией выступил доцент Северо-западного института управления РАНХиГС, член экспертного совета премии Никита Гришанин.

Слушателям лекции — будущим специалистам в сфере рекламы и связей с общественностью, представилась возможность узнать современные стратегии развития коммуникационного рынка, исходя из многофакторного анализа мировых коммуникационных агентств, основанного на изучении их публичной деятельности, оказываемых услуг, рекламных продуктов, типов заказчиков, географии и реализуемых проектов.



В ходе выступления спикер представил результаты мониторинга, а именно систему графиков позиционирования, демонстрирующих направления деятельности агентств по полярным векторам: «прозрачность как стратегия»/«монастырь»; «локальные агентства»/«глобальные агентства»; «узкоспециализированные агентства»/«агентства, предоставляющие комплексные услуги»; «агентства как творческие единицы»/«агентства как инструменты»; «агентства-культурные триггеры»/«агентства-помощники». По мнению эксперта, позиционирование институций определяет бизнес-процессы в компаниях, является инструментом идентификации и представления себя клиенту, а также важнейшим продуктом, активно продаваемым на рынке коммуникаций. Также были затронуты ключевые особенности агентств каждого типа, а данные анализа сопровождалось наиболее яркими и вдохновляющими примерами рекламных видеороликов от таких ведущих игроков коммуникационной отрасли, как: «Isobar», «SAATCHI&SAATCHI», «Leo Burnett», «Droga5», «Dentsu» и другие.

«Представленный Никитой Владимировичем материал захватил внимание на все время лекции, большое количество интересных видеороликов значительно облегчало восприятие и помогло лучше понять представленную типологию. Я открыла для себя сферу рекламы и коммуникаций решительно с другой стороны, так как были рассмотрены глобальные факторы рынка, с которыми я ранее не была знакома. Оказалось, что сфера рекламы и медиакоммуникаций весьма обширна и разнообразна, что приумножило во мне желание развиваться в данной сфере», — отметила магистранка 2 курса ВШМиСО Ксения Волкова.



Отдельное внимание спикер уделил целям в области устойчивого развития ООН, в частности, отметив, что рекламные кампании и коммуникационные проекты, сформированные в контексте ЦУР помогают брендам приобретать главное — доверие, а значит, в полной мере доказывают свою эффективность и соответствие духу времени. По его мнению, представленные карты позиционирования и демонстрационные кейсы могут выступать в качестве ключевых карьерных ориентиров для молодых специалистов, которые планируют развитие собственного агентского бизнеса или хотят стать частью уже существующих технологических субъектов PR: вариантов выбора агентств оказывается гораздо больше, чем кажется на первый взгляд.

В завершении лекции Никита Владимирович пожелал студентам развиваться, прежде всего, в культурном аспекте, формировать творческое начало, и безусловно, стараться развиваться профессионально и принимать участие в многочисленных отраслевых конкурсах в области рекламы и PR.