

Просветительский марафон LG «ДНК знаний» стартовал в Беларуси: открытая лекция Татьяны Шахнес для студентов БГЭУ

03 апреля 2023г. **Татьяна Шахнес**, старший директор по связям с общественностью и ESG проектам LG в России, провела лекцию для студентов факультета маркетинга и логистики в Белорусском государственном экономическом университете в рамках наставнического марафона LG «ДНК знаний». Образовательная инициатива направлена на профорientацию учащихся и знакомит будущих специалистов с практической стороной работы пиар-специалиста. Мастер-класс состоялся через несколько дней после торжественной церемонии награждения LG в двух номинациях – «Креативное донорство» и «Расширяя границы донорства» по результатам Всероссийской акции «Культурный код донора». На лекции присутствовало около 90 студентов БГЭУ, среди которых будущие маркетологи и специалисты по рекламе.

Для проведения просветительской встречи Республика Беларусь была выбрана неслучайно, ведь она занимает важнейшее место в проектах социальной ответственности LG. Так, в 2017 году в преддверии важных спортивных и футбольных событий LG Electronics запустила донорский марафон #LGПередайПасДобра, который стартовал со Дня донора в Минске, где послами добрых дел были

игроки футбольной команды «Крумкачы». По окончании сдачи крови, Татьяна выступила перед студентами Белорусского государственного университета с лекцией о важности социальной ответственности бизнеса.



Наставнические проекты LG служат основными ориентирами в формировании профессиональных компетенций будущих PR-специалистов. Изучив лекционный опыт в 2022 году, компания создала целую платформу инициатив, направленных на профориентацию молодежи. Это и творческие лаборатории медиакоммуникаций в вузах Москвы, онлайн

мастер-классы для регионов России, участие в различных PR-конкурсах для студентов в качестве наставника и члена жюри. Просветительский проект LG уже вышел за пределы РФ и первой страной для расширения марафона в странах СНГ стала Республика Беларусь.

Встреча

началась с видеообращения Президента LG в России и в странах СНГ г-на ЕнгНам Ро к учащимся БГЭУ, который отметил важность коммуникаций практически в любой профессии и должности от менеджера до генерального директора, а также уважения и интереса к обычаям, традициям и языку страны, где работает человек.

Практика

в сфере коммуникаций играет ведущую роль. Именно поэтому Татьяна Шахнес, лектор с 30-летним стажем работы в LG, провела образовательное мероприятие в формате открытого диалога, в ходе которого обсуждались вопросы, связанные с запуском брендов, работой с лидерами общественного мнения, спецификой организаций партнерских мероприятий или пресс-конференций, вопросы ведения соцсетей и важности репутационного менеджмента. Особое внимание было уделено инструменту фиджитал – интегрированным коммуникациям, сочетающим цифровой и физический опыт. В качестве яркого примера Татьяна привела партнерство бренда LG

SIGNATURE с ГМИИ

им. А.С. Пушкина по изучению и консервации картины Ван Гога «Красные виноградники в Арле. Монмажур» в области искусства, или коллаборацию со всемирно известным дизайнером Игорем Чапуриным в области донорства или ДНК добра с отпечатком пальца донора на фирменной футболке волонтера.

Учащиеся вдохновились донорскими программами LG, ведь компания на протяжении 14 лет реализует проект корпоративного волонтерства, став в 2009 г. первым среди бизнес-сообщества партнером Минздрава России и ФМБА России по Программе развития массового добровольного донорства крови. Студенты обсуждали механизм проведения волонтерских акций после просмотра роликов, посвященных добрым делам: «Добро и футбольные марафоны», «Поезд инноваций и добрых дел», корабль «Технология добра», «Воздушный марафон добра», «Космические инициативы добра». Участникам лекции также были показаны специальные видеообращения послов LG – известных инфлюенсеров разных поколений: от теле- и радиоведущей Юлии Барановской, режиссера Егора Кончаловского, дизайнера Игоря Чапурина до представителя молодежного блогерского движения Германа Черных. Видеоконтент, демонстрирующий яркие мероприятия LG: короткие сюжеты звезд, интереснейшие мероприятия, ставшие успешными мировыми практиками, по мнению Татьяны чрезвычайно важен. Так, студентам очень понравился проект

«Новоселье в #LGHouse» или участие компании в форуме «Территория смыслов» с выступлением известного певца Вани Дмитриенко.



Выступая перед студентами, лектор отметила, что будущим PR-специалистам важно не только следить за актуальными тенденциями в медиапространстве, но и все время повышать уровень компетенций. Также лектор представила будущим коммуникаторам второе издание своей книги «Рожденная с отраслью», которая посвящена лучшим проектам LG и архитектуре профессии 1994-2020-х, а также охватывает широкий круг вопросов, включая как эволюцию коммуникационных проектов, так и продвижение темы добра и волонтерства.

Обсуждая

различные аспекты коммуникаций, Татьяна и студенты в интерактивном формате обсуждали достаточно нестандартные продукты, делая акцент на здоровом образе жизни или инфлюенсерах, способных сделать известным тот или иной продукт. В качестве примера учащимся нужно было придумать эффективное продвижение портативного очистителя (маски LG Puricare) или наушников с функцией самоочистки (LG Tone Free). Молодые коллеги составляли пошаговый алгоритм оценки эффективности звезд или СМИ, предлагали креативные идеи от сотрудничества со звездами до работы с научными журналами.

Представители

вузовского сообщества поблагодарили Татьяну и коммуникационный департамент LG за интересную и творческую беседу со студентами. На мероприятие также были приглашены сотрудники и преподаватели кафедр маркетинга и промышленного маркетинга и коммуникации. В рамках лекции слушатели расширили и закрепили знания в области маркетинговой коммуникации.