Первое заседание «Лаборатории медиакоммуникаций LG – БГЭУ»

28 апреля 2023 г. LG Electronics расширяет плодотворное партнёрство с факультетом маркетинга и логистики в Белорусском государственном экономическом университете и проводит первое заседание совместной «Лаборатории медиакоммуникаций LG – БГЭУ» в рамках просветительского марафона LG «ДНК знаний», инициированного компанией в России и продолжающегося в Беларуси. Этот уникальный проект направлен на развитие и профориентацию будущих кадров для отрасли PR и рекламы.

Программа *«Лаборатории медиакоммуникаций»* сформирована на основании запросов студентов. В рамках первого заседания обсуждались качества, необходимые для успешной работы в коммуникациях, а также вопросы, касающиеся практической организации деятельности специалистов этой сферы. О важности маркетинговых коммуникаций говорил и Глава представительства LG в Республике Беларусь *г-н Мин Бюнг Ок*, который, поделившись своим опытом, рассказал, как важно всем подразделениям компании двигаться в одном направлении, достигая поставленные задачи. Вдохновляя на успешную учебу и специализацию, г-н Мин отметил, что между пиар индустрией и созданием технологий есть много общего. Если в коммуникациях важно изучать смежные дисциплины и быть постоянно включенным, то залогом технологического лидерства является создание среды для непрерывного развития инноваций. Именно

поступательный выпуск выдающихся устройств, отличающихся от других, делал бренд все более премиальным. В качестве примера г-н Мин привел телевизоры LG OLED, в этом году отмечающие 10 лет.

Татьяна Пракапович, менеджер по маркетингу LG Electronics в Республике Беларусь, также поделилась реализованными PR-проектами компании, одним из которых является сотрудничество с дизайнером Татьяной Ефремовой в рамках Belarus Fashion Week, где была представлена система ухода за одеждой LG, состоящая из LG Styler, интеллектуальной стиральной машины, а также сушильной машины, завершающей цикл деликатного ухода за любимыми нарядами. Это перекликается и с реализованными ранее инициативами компании в России. Так, обсуждая тему осознанного потребления, лектор рассмотрела со студентами проект «Люби и заботься о том, что носишь» при поддержке лидеров российской моды Игоря Чапурина, Алены Ахмадуллиной и других, а также партнерство бренда с Неделей Моды в Москве, где были представлены комплексные решения для ухода за одеждой.

Интересной особенностью партнерства бренда с белорусской недели моды стала иммерсивная интеграция техники LG в сам показ модельера ***Татьяны Ефремовой***: образам моделей соответствовали продукты компании. Так, одна модель надевала и снимала прямо на подиуме беспроводные наушники *LG TONE*, другую украшал индивидуальный очиститель воздуха *LG Puricare*, ультралёгкий ноутбук LG gram дополнял стильный образ третьей. Обсуждая возможности дальнейшего развития проекта, молодые коллеги БГЭУ предложили новые идеи, такие как развитие брендового подкаста бренда с привлечением белорусских лидеров мнений.

Продолжая тему коммуникаций, лектор рассказала студентам о подходе LG к созданию контента в социальных сетях и развитию нетворкинга. Также была рассмотрена и значимость сторителлинга для создания интересных текстов. Так, умение находить точки соприкосновения на первых взгляд разных предметах может положить начало интересной коммуникации. Лектор привела в пример телевизоры серии *LG OLED Objet Collection*, которые благодаря своему особенному форм-фактору способны переосмыслить пространство и придать ему вид арт галереи. При этом те эмоции, которые дарит технология *LG OLED* благодаря впечатляющему изображению, особо проявляющимся благодаря глубокому чёрному цвету, можно сравнить с полотнами импрессионистов, запечатлевавших красоту мгновения. В продолжении темы гармоничной связи технологий и искусства лектор привела в пример сотрудничество *LG SIGNATURE* с ГМИИ им. А.С. Пушкина по изучению и консервации всемирно известной картины *Винсента Ван Гога «Красные виноградники в Арле. Монмажур».*

Важной составляющей работы *«Лаборатории медиакоммуникаций»* является выполнение студентами творческих практических работ по заданию LG. В качестве первого задания компания предложила проработать тематику построения университетского комьюнити.

Республика Беларусь не случайно стала первой для расширения просветительского марафона LG в странах СНГ, поскольку эта

страна занимает важнейшее место в проектах социальной ответственности LG. Так, в 2017 году в преддверии важных спортивных и футбольных событий компания запустила донорский марафон **#LGПередайПасДобра**, который стартовал со Дня донора в Минске, где послами добрых дел были игроки футбольной команды *«Крумкачы»*. Именно тогда ***Татьяна Шахнес***, старший директор по связям с общественностью и ESG проектам LG в России, выступила перед студентами БГУ с лекцией о важности социальной ответственности бизнеса, поскольку донорская история компании ведёт своё начало с 2009 года, когда LG стала первым из бизнес-сообщества партнером Минздрава России и ФМБА России по программе развития массового добровольного донорства крови.

Совместные заседания *«Лаборатории медиакоммуникаций LG-БГЭУ»* – это эффективная площадка для получения практических знаний, соприкосновения с миром PR на примере глобальной мировой корпорации. Такие встречи несут пользу начинающим специалистам и способствуют лучшему пониманию своей будущей профессии.

Просветительский марафон LG ***«ДНК Знаний»*** в 2023-м, объявленном в России Годом наставника и педагога, выходит на новый уровень. Активно взаимодействуя со студенчеством, расширяя географию проекта, внедряя новые инициативы, марафон компании вносит свой вклад в развитие будущих профессионалов.