

Пресс-релиз

18.11.2019

«Балтика» подвела итоги конкурса креативных проектов для студентов СПбГЭУ

В Санкт-Петербургском государственном экономическом университете подвели итоги конкурса креативных проектов, организатором которого выступила компания «Балтика». Студенты кафедры «Коммуникационные технологии и связи с общественностью» представили свои варианты PR-кампаний по информированию общественности о Дне ответственного потребления пива.

Международная акция Всемирный День ответственного потребления пива объединяет производителей, представителей торговли и потребителей для того, что сформировать общественную норму, при которой продажа алкоголя несовершеннолетним станет невозможна. В этом году «Балтика» обратилась к студентам СПбГЭУ за свежим взглядом и креативными идеями, которые помогут донести до населения идеи акции и сформировать культуру ответственного потребления.

Участники конкурса представили концепции интерактивных выставок, мастер-классов, интеллектуальных игр и сценарии роликов, цель которых – напомнить о том, что потреблять пивоваренную продукцию необходимо ответственно. Представители «Балтики» отобрали 3 лучшие работы, авторы которых получили по ящику безалкогольного энергетического напитка Flash Up. После награждения студенты кафедры узнали о том, как компания реализует и другие инициативы в области устойчивого развития в рамках стратегии [«Цель 4 НОЛЯ: Вместе для будущего»](#).

Надежда Овсянникова, старший директор по коммуникациям региона Восточная Европа, компания «Балтика», часть Carlsberg Group: «Балтика» традиционно уделяет большое внимание работе с молодыми талантами, которые не боятся предлагать и внедрять новое, быть лидерами перемен. Студенты взглянули на задачу под новым углом, предложили несколько действительно свежих решений, которые помогут сформировать нормы поведения и культуры ответственного потребления. Наиболее удачные проекты мы обязательно рассмотрим при подготовке к Всемирному дню ответственного потребления в 2020 году».

Наталья, студентка кафедры «Коммуникационные технологии и связи с общественностью», победитель конкурса: «Задача от «Балтики» была действительно интересная и сложная. Особенно понравилось, что это взятый из реальной жизни кейс ведущего игрока на рынке, а наши решения могут лечь в основу будущей кампании. Конкурс дал нам возможность немного погрузиться в актуальные задачи специалистов по корпоративным коммуникациям и узнать о том, как крупные компании рассказывают о своих проектах в области устойчивого развития. Уверена, что такой опыт в будущем поможет не только в подготовке учебных работ, но и в начале профессиональной карьеры».

В этом году «Балтика» приняла участие в Неделе карьеры СПбГУ, в ходе которой специалисты компании рассказывали студентам о прохождении практики и программах развития молодых талантов. В компании работают две программы стажировок: [«Звезды Балтики»](#) — для студентов последних курсов и выпускников бизнес-направлений и [«Управляй будущим»](#) — для обучающихся техническим специальностям. Стажировка длится 9 месяцев и позволяет молодым людям, еще не имеющим опыта работы по специальности, получить практические навыки, понять, как устроены процессы, развить бизнес-навыки. По статистике, более половины участников программ стажировок остаются работать в компании.

ООО «Пивоваренная компания «Балтика», часть Carlsberg Group — ведущая пивоваренная компания России и крупнейший экспортер российского пива. «Балтике» принадлежат восемь заводов в России, широкий портфель брендов. Компания является значительной частью Carlsberg Group и ее региона (Восточная Европа), к которому также относятся Азербайджан, Беларусь, Казахстан и Украина. Продукция «Балтики» представлена более чем в 75 странах мира. Благодаря высокому качеству бренды компании являются обладателями более 670 российских и международных наград профессиональных и потребительских конкурсов.

За дополнительной информацией просьба обращаться:

Пивоваренная компания «Балтика»

Привалов Евгений

+7-906-226-02-96

www.baltika.ru

baltika_company@baltika.com