

# Специальности

Факультет маркетинга и логистики БГЭУ проводит обучение студентов по следующим специальностям и специализациям:

## 1. Маркетинг

- Маркетинг (без специализации);
- Международный маркетинг;
- Промышленный маркетинг;
- Ценообразование.

## 2. Рекламная деятельность

## 3. Логистика

# Специальность “Маркетинг”

## Маркетинг (без специализации)

Выпускники, окончившие эту специализацию, востребованы в организациях, оказывающих услуги по проведению маркетинговых исследований, разработке бизнес-планов и планов маркетинга, по внедрению принципов маркетингового управления на предприятиях, разработке рекламных кампаний и др., а также в службах маркетинга предприятий.

## Международный маркетинг

Выпускники, окончившие эту специализацию, востребованы в структуре министерств и ведомств, ответственных за разработку и реализацию стратегии выхода белорусских предприятий на внешние рынки, во внешнеэкономических и внешнеторговых отделах совместных и иностранных организаций.

Учебный план по данной специализации предусматривает углубленное изучение студентами иностранного языка на

протяжении всего срока обучения.

## **Промышленный маркетинг (Межфирменный маркетинг)**

Выпускники, окончившие эту специализацию, востребованы в сфере B2B, службах маркетинга, продаж (сбыта), закупок, материально-технического снабжения организаций и предприятий производственной и непроизводственной сфер хозяйственной деятельности. В том числе: в оптовых торговых организациях, товарно-сырьевых биржах, брокерских конторах, лизинговых компаниях, внешнеторговых организациях.

## **Ценообразование (Ценовая политика)**

Выпускники, окончившие эту специализацию, востребованы не только в службах маркетинга, экономических подразделениях организаций, но и в структуре министерств, учреждений и ведомств, ответственных за разработку ценовой политики и проведения контроля за правильностью ее исполнения.

## **Специальность “Рекламная деятельность”**

### **Компетенции специалиста:**

1. Управление рекламной деятельностью организаций, стратегическое и тактическое планирование рекламы, планирование рекламных кампаний, игр и акций;
2. Медиапланирование и организация распространения рекламы, в том числе с использованием современных технологий рекламных коммуникаций: медийной и контекстной рекламы, SEO-оптимизации, маркетинга в социальных сетях (SMM) и др.;
3. Изучение поведения покупателей и потребителей,

- тестирование рекламных продуктов;
4. Инновационная и креативная деятельность в рекламе, организация разработки рекламных продуктов, копирайтинг, создание медиаконтента;
  5. Маркетинговые исследования и рекламная аналитика.

## **Трудоустройство**

Рекламные, медиаселлинговые, медиабаинговые и маркетинговые агентства, digital-агентства, ассоциации рекламных организаций, службы рекламы и связей с общественностью производственных, торговых, международных и региональных компаний, отделы рекламы традиционных и цифровых массмедиа, подразделения государственных органов управления по регулированию и контролю рекламы, выставочные комплексы и другие организации, осуществляющие продвижение продукции и услуг на внутреннем и мировом рынке.

## **Специальность “Логистика”**

Логистика, представляет собой современную систему управления материальными, информационными и финансовыми потоками, нацеленную на повышение эффективности работы, как в целом всего предприятия, так и отдельных его структурных подразделений.

В должностные обязанности специалиста в области логистики входит: рационализация материальных и информационных потоков в организации; внедрение оптимальных схем перевозки грузов; устранение излишних звеньев в товаропроводящей сети; рационализация материальных запасов; поиск путей ускорения таможенного оформления грузов, оптимизация документооборота предприятия.

Выпускники, окончившие эту специальность, востребованы для работы в отделах логистики, продаж (сбыта), закупок, материально-технического снабжения, транспортного обеспечения,

производственно-технических отделах, а также в диспетчерских и экспедиторских службах, службах таможенного оформления.

---

С момента образования факультета в учебном процессе применяются современные средства и технологии обучения, внедрена рейтинговая система оценки знаний студентов, разработаны и совершенствуются фирменный стиль и символика факультета.

## **Профессорско-преподавательский состав факультета принимает активное участие в выполнении научно-исследовательских и хоздоговорных работ по таким направлениям, как:**

- Повышение эффективности работы предприятий и организаций на основе инноваций в маркетинговой деятельности;
- Формирование стратегий повышения конкурентоспособности отечественных предприятий на основе прикладных маркетинговых разработок;
- Использование инновационных разработок в области интеграции маркетинговых и технических структур не только отдельных предприятий, но и целых отраслей;
- Маркетинговые исследования рынков;
- Исследование удовлетворённости потребителей товаров;
- Исследование лояльности потребителей;
- Логистическое проектирование и аудит;
- Аудит ценовой политики предприятия и разработка рекомендаций по её совершенствованию;
- Разработка бизнес-планов.

Для активизации научно-исследовательской работы студентов на факультете созданы и успешно функционируют студенческие научно-исследовательские лаборатории [«PR»](#), [«Поиск»](#) и [«5PL»](#).

Факультетом налажены эффективные партнерские отношения со многими ведущими высшими учебными заведениями страны, ближнего и дальнего зарубежья. Руководством факультета поддерживаются деловые связи с руководителями крупных организаций и предприятий республики, на которых студенты проходят учебные практики. На факультете созданы благоприятные условия для занятий студентов спортом, художественной самодеятельностью, занятий в кружках по интересам. Все это создает благоприятную основу для высококачественной подготовки специалистов.

На многих отечественных предприятиях, фирмах и организациях не только Беларуси, но и стран ближнего и дальнего зарубежья работают сотни и тысячи выпускников факультета маркетинга Белорусского государственного экономического университета. Они разрабатывают стратегии развития организаций и предприятий, формируют стратегии развития целых отраслей. И везде показывают глубокие профессиональные знания, являются примером в труде и поведении, обучают и воспитывают экономические кадры.