

Что может ФМк? Итоги декады студенческой науки

Наши девушки не только красивые, но и умные. А [#malchiki_fm](#) выигрывают на конференции.

Всем привет! Вот и наступили долгожданные весенние деньки. А это значит, что наш университет окунулся в атмосферу новых идей и интересных проектов. Все потому что всеобщее внимание было приковано к очередной декаде студенческой науки «Молодежь в науке и бизнесе – 2017», которая проходила с 3 по 14 апреля. В рамках этого мероприятия студенты участвовали в научно-практических конференциях, конкурсе бизнес-идей и проектов «Маркет идей», смотре-конкурсе «Лучшая СНИЛ БГЭУ-2017». Не остались в стороне и студенты нашего факультета, которые активно принимали участие в конкурсах и, конечно же, получили свои награды. Давайте подведем итоги декады студенческой науки и узнаем наших победителей в лицо!

Стоит отметить, что проблемы и перспективы развития маркетинга и логистики, рассмотренные в рамках Международной научно-практической конференции «Национальная экономика Республики Беларусь: проблемы и перспективы развития», были в центре внимания у наших ребят. Они с удовольствием представляли свои научные работы и уверенно отвечали на вопросы членов жюри. Темы докладов были актуальными и интересными, охватывали самые различные аспекты развития маркетинга и логистики. В такой борьбе членам жюри было действительно сложно определить победителей. Поэтому награды достались сильнейшим. Итак, вашему вниманию итоги декады студенческой науки “Молодежь в науке и бизнесе – 2017”.



Итоги декады студенческой науки 2017

Котлер отдыхает или теоретические аспекты маркетинга

1 место: Коринчук Александр, Зенкевич Вероника «Территориальный маркетинг как средство привлечения инвестиций в экономику Республики Беларусь»

2 место: Данивко Дарья, Бруштунова Полина «Геймификация в маркетинге»

3 место: Солтан Елизавета, Ефремова Ольга «Краудфандинг в Беларуси»

Диплом «Признание»: Ищук Владислав Александрович, Боженков Михаил Вячеславович «Маркетинг возвращения клиентов»

Рекомендация к публикации: Дашко Антон Юрьевич «Клиентский сервис в Республике Беларусь»

Награда от «БНБ-Банка»: Мацако Юлия Андреевна «Социально-

этичный маркетинг организаций Беларуси»; Вечорко Антонина Николаевна, Костюкович София Петровна «Звукосемантика в деятельности белорусских предприятий».

Что думают победители?



Коринчук Александр



Зенкевич Вероника

– *Здравствуйте, Вероника и Александр! Почему вы решили рассмотреть именно эту тему научной работы?*

– Еще в прошлом семестре изучали макроэкономику и при написании своих курсовых работ столкнулись с тем фактом, что объем инвестирования в экономику нашей страны с каждым годом уменьшается, хотя, в принципе, все условия по ведению бизнеса в нашей стране, в теории, должны давать обратный эффект. Поэтому возник вопрос: почему это происходит и что можно с этим сделать? Затем же на одной из лекций услышали о том, что территориальный маркетинг может быть использован для привлечения инвестиций, тогда и родилась идея написать работу именно по данной теме.

– *Как проходила подготовка, то есть сам процесс написания статьи?*

– Сначала мы прочитали достаточно большое количество литературы по территориальному маркетингу, затем изучили статистику инвестиций в РБ. Соотнесли это друг с другом.

Примерно решили, что именно будет содержаться в нашей работе. Согласовали это с нашим руководителем Козловской О.И. Попытались максимально учесть все ее замечания. Затем по мере прихода новых мыслей изменяли и изменяли статью, пытались учесть все мелочи вплоть до времени нашего выступления.

– Что, на ваш взгляд, нужно, чтобы добиться успеха в своей деятельности?

– Ну, во-первых, не стоит ничего бояться. Любой опыт, пусть даже неудачный, является полезным. Также очень важно правильно себя преподнести на выступлении, иметь качества хорошего оратора.

1001 способ обольщения в современных маркетинговых коммуникациях

1 место: Малаш Виктория, Беляк Елизавета «Продвижение образовательных услуг БГЭУ»

1 место (магистрант): Пресняцкая Анна «Инновационные инструменты стимулирования сбыта»

2 место: Нехвядович Дарья, Кухарчик Дарья «Маркетинговые коммуникации на рынке декоративной косметики»

3 место: Гаврильчик Мария «HR-брендинг TUT.BY»

Диплом «Признание»: Фурс Анна Анатольевна «Влияние аккаунтов в социальных сетях медиа-персон на аудиторию»

Рекомендация к публикации: Муромская Екатерина Валерьевна «Обоснование принятия решений на основе оценки эффективности интегрированных маркетинговых коммуникаций предприятия (на примере ОАО «Минский молочный завод №1»)».

Мнение великих коммуникаторов



Малаш Виктория



Беляк Elizaveta

– Здравствуйте девушки! Почему вы решили участвовать в конференции? Насколько полезным оказался опыт участия в ней?

– Участвовать решили как-то немного спонтанно. Мы узнали, что в рамках предмета маркетинговые коммуникации будем разрабатывать рекламу новой специальности. Мы решили на эту же тему провести исследование, ну и как-то сама собой родилась тема выступления и, соответственно, идея участия в конференции. Вообще, участие в любом подобном мероприятии дает шанс попрактиковаться в публичных выступлениях, расширить общий кругозор, да и, в конце концов, показать себя перед преподавателями (как минимум) с лучшей стороны.

– Почему вы выбрали именно такую тему научной работы? Чем обусловлена ее актуальность?

– Нам показалось, что наша научная работа весьма актуальна и полезна и при желании все наши предложения могут использоваться кафедрой и факультетом для продвижения специальности “Рекламная деятельность” сейчас, а, возможно, и новых специальностей в будущем. А это значит, что наш доклад не станет одним из докладов “в стол”. К тому же с такой темой был шанс проявить свою креативность, и мы им воспользовались.

Нам понравилось разрабатывать и видеоролик, и листовку, и, несмотря на ряд трудностей, мы получили удовлетворение от конечного результата.

– Какими качествами, на ваш взгляд, нужно обладать, чтобы добиться высот и стать хорошим специалистом в своей сфере?

– Хороший специалист должен грамотно говорить и уметь выражать и доносить до слушателей свои мысли. На личном примере убедились, что не маловажное значение имеет умение работать в команде, слушать и слышать, относиться с уважением к мнению друг друга, особенно, если ждешь этого же со стороны своих коллег/членов команды. Ну и если что-то делаешь – делай это хорошо либо не делай вообще. Только так можно достичь вершин и получить реальное удовлетворение от своей работы.

Не бывает неправых клиентов, бывает B2C маркетинг

1 место: Евсевицкая Ирина «Развитие краудфандинга в Беларуси (на примере краудфандинговой платформы Ulej.by)»

2 место: Куцкевич Ксения, Точицкая Анастасия «Исследование конкурентоспособности белорусских производителей декоративной косметики в условия либерализации экономики»

3 место: Сушко Михаил «Открытие интернет-магазина – конкурентное преимущество “Марко”»

Диплом «Признание»: Щецко Надежда, Коржель Антон «Достижение успеха на примере Mark Formelle»

Рекомендация к публикации: Шамрай Е., Костюкевич Е. «Сервис как конкурентное преимущество. Комплекс гостиничных услуг в Республике Беларусь в сравнении с другими странами».

Пчелка ФМк делится секретом успеха



Евсевіцкая Ірына

– *Добры дзень, Ірына! Чаму вы выраілі разгледзець краудфандынг у сваёй навучнай рабоце?*

– *Інтэресна, што з краудфандынгам я пазнакомілася на канферэнцыі ў мінулым годзе. Тады прыходзілі спікеры з бізнеса і сярод іх быў менеджэр па развіцці краудфандынгавой плошчадкі Ulej.by. Ён так увлечана расказваў пра краудфандынг, што я загорелася жэланнем узгадаць большае аб гэтым і папрасілася да іх на летнюю практыку, а пасля і на праддыпломную. Гэта адлічная, цэлеустраемленая каманда, якая рэалізавывае велікопную ідэю ў нас ў краіне. Відзіма, я ім тажа папавілася, патому што сённяш я асталася ў іх рабаваць. Краудфандынг ў Беларусь толькі начынае развівацца і вопрекі разлічным скептычэскім замячаніям аб том, што такога ў нас не прыжывецца, набірае абароты. У канцы фэвраля на плошчадке быў запусцен механізм, пазваляючы размешчаць праекты не толькі фізічэскім, но і юрыдычэскім ліцам і вывадыць новы прадукт на масавы міжнародны рынак па сістэме прадзаказаваў.*

– *Как проходил процесс написания научной работы?*

– *Так как тема статьи тесно связана и с темой диплома, и с моими текущими обязанностями на работе, то я ее вынашивала и*

изучала каждый день. Анализировала, отмечала новые факты, изучала статистические данные, общалась с авторами проектов, следила за их продвижением. В конце все объединила и сформировала текст выступления, сделала инфографику и кейсы.

– Какой совет дадите студентам напоследок?

– Чтобы стать хорошим специалистом нужно постоянно непрерывно развиваться. Шаг за шагом, каждый день стараться узнавать что-то новое. Тем более в студенческие годы это сделать намного проще, потому что есть конференции, семинары, мастер-классы, курсы, международные поездки и встречи, летние школы, стажировки в компаниях, где можно узнать все на практике. Нужно больше общаться с людьми из данного круга, читать специализированную литературу и просто быть активным. Здесь сразу мне вспоминается цитата Джимми Дина: «Если хотите добиться успеха, задайте себе 4 вопроса: Почему? А почему бы и нет? Почему бы и не я? Почему бы и не прямо сейчас?»

В чем вопрос не знаем? Но ответ “B2B”

1 место: Антоненко Наталья, Прокофьева Александра «Возможности использования SMM в b2b-маркетинге»

1 место (магистрант): Чук Екатерина «Маркетинговая деятельность в сети Интернет»

2 место: Зеленкова Анастасия, Костюкевич Елизавета «White Paper как один из эффективных инструментов b2b»

3 место: Леонова Анна, Толокняник Виктория «Современные формы финансирования старт-ап проектов как инструмент маркетинга»

Диплом «Признание»: Антоненко Наталья, Прокофьева Александра «Возможности использования SMM в b2b-маркетинге»

Рекомендация к публикации: Вышинская Диана «Использование принципов маркетинга для повышения эффективности деятельности

предприятия».

А они ответ знали



Антоненко Наталья



Прокофьева Александра

– *Здравствуйте, Наталья и Александра! Почему вы решили рассмотреть возможности использования SMM в b2b-маркетинге?*

– Наша тема является актуальной, ведь интернет-маркетинг сейчас одно из самых важных и развивающихся направлений продвижения. Также эта тема интересна, потому что позволяет разрушить некоторые стереотипы и предубеждения, ведь существует мнение что SMM не эффективен для b2b.

– *Как проходила подготовка научной работы?*

– Мы составили план выступления и потихоньку начали искать информацию, пользуясь советами научного руководителя (Гуртовой А.А.). Самым сложным был расчет конкретной эффективности, поиск такой информации затратил больше всего ресурсов. Но мы справились.

– *Какие впечатления вы получили от выступления других участников?*

– Очень понравились доклады девочек, занявших 2 и 3 место, (про White Papers и Краудфандинг, краудинвестинг). White

rarers, например, это то, о чем мы никогда не слышали, следовательно, конференция принесла нам совершенно новые знания. Были и другие хорошие доклады, где было видно, что участники проделали большую исследовательскую работу. Вообще, мы считаем, что все молодцы, и в принципе решение участвовать в конференции независимо от результата уже достойно уважения.

Логистика не для дам? Пффф...

1 место: Ермолинская Яна, Зенович Екатерина «3D-принтер: логистика без логистиков?»

2 место: Лешкевич Татьяна «Логистический подход к организации совместных закупок в малом и среднем бизнесе»

3 место: Потоцкая Дарья «Управление цепями поставок в индустрии моды»

Диплом “Признание”: Сергеева Александра, Шуракова Елена «Эффективность доставки в интернет-торговле».

Красотки о логистике



Ермолинская Яна



Зенович Екатерина

– Здравствуйте, девчонки! Почему вы решили принять участие в конференции?

– Конференции любого рода – это неплохой шанс ещё раз проявить свои ораторские качества. Плюс мы уже на 3 курсе, то есть в следующем году выпускаемся, поэтому мысли о написании диплома уже какие-то есть, например, о преподавателях, с которыми хотим писать диплом. Поэтому с этой точки зрения, конференция – неплохой способ показать себя и зарекомендовать. Ну и, конечно, вопрос о публикации статьи очень заманчив: занимаешь призовое место – получаешь публикацию.

– Почему вы выбрали именно такую тему научной работы? Чем ваша научная работа может быть полезна в практическом аспекте?

– Вопрос об области темы у нас с Катей не стоял. Сразу решили готовить что-то из области новых технологий и разработок. В университете и так слишком много сухой теории, далеко не всегда интересной. Тогда почему бы и не рассмотреть 3D-принтеры? Они действительно набирают популярность в мире. Если говорить о практическом аспекте, то мы хотели донести, что если мы не хотим, чтобы технологии управляли нами, то надо научиться работать с ними. 3D-принтеры – это реальная возможность реализации концепции логистики и УЦП “точно в срок”. Ну, так почему бы и не внедрить такую технологию?

– Какими качествами нужно обладать, чтобы добиться высот и стать хорошим специалистом?

– Главное качество – ответственность. И неважно, кто вы по специальности. Нужно уметь продвигать себя, пробовать все возможности. Конференция? Здорово! Доклад? Беру! На выставку? Всегда готов! Вы же не знаете, вдруг вам на той же выставке компания предложит работу. Не ограничивайте себя только учёбой, она никуда от вас не денется.

Тяжелая артиллерия. В бой выходят СНИЛ

Отдельно хочется отметить результаты ФМк в конкурсе-смотре «Лучшая СНИЛ БГЭУ-2017». В рамках конкурса подводились итоги по двум направлениям: определение трех лучших СНИЛ в БГЭУ и выбор победителей в номинациях на лучший проект. От ФМк в конкурсе принимали участие две СНИЛ, которые показали отличные результаты. **СНИЛ “PR”** вошла в число победителей конкурса и стала одной из лучших СНИЛ БГЭУ с дипломом III степени. В состав команды “PR” вошли целеустремленные и инициативные студенты: Путинцева Таня, Путинцева Катя, Дробушевич Полина, Цыбрук Альбина, Костюкевич Паша, Мискаузая Рената, Царик Ксюша, Орешников Андрей, Рудковская Мария. Научный руководитель СНИЛ “PR” – Гуртовой Андрей Александрович.

Итоги декады студенческой науки 2017 г. также включали выбор и награждение “Студента-исследователя года”. От ФМк такую высокую награду получила Путинцева Екатерина, студентка 4 курса.



СНИЛ “PR” – победитель конкурса “Лучшая СНИЛ БГЭУ-2017” и дипломом III степени

СНИЛ “Поиск” победила в номинации “Лучший научно-исследовательский проект в области брендинга”. В команде СНИЛ “Поиск” работали: Кожемяко Ира, Евсевицкая Ира, Геценюк Леня, Горобченко Матвей, Толокняник Вика. Научный руководитель СНИЛ “Поиск” – Голомазова Елена Сергеевна.



СНИЛ “Поиск” – победитель в номинации “Лучший научно-исследовательский проект в области брендинга”

Таковы итоги декады студенческой науки. Полный фотоотчет с церемонии награждения победителей смотрите в [Галерее ФМк](#).

Труханович Кристина

*...и немного юмора от
Путинцевой Екатерины
Путинцевой Татьяны*

Смотрите также: Сюжет ОНТ о декаде студенческой науки в БГЭУ

<https://www.youtube.com/watch?v=5V23iv64e0E>

Конференция: Социальная компонента устойчивого экономического развития



Уважаемые студенты, магистранты, аспиранты!

Приглашаем принять участие в работе секции «Социальная компонента устойчивого экономического развития» 74 Научной конференции студентов и аспирантов БГУ 2017, которая состоится 12 мая 2017 г. на факультете социокультурных коммуникаций (кафедра Менеджмента и экономики социальной сферы) Белорусского государственного университета, Минск, Беларусь.

Направления работы конференции:

1. Современные подходы к формированию экономического роста и преодолению кризисных моментов развития экономики: отечественный и зарубежный опыт;
2. Социальная корпоративная ответственность бизнеса;
3. Социальный подход в менеджменте и маркетинге;
4. Технологическая составляющая социально ориентированной экономики;
5. Социальное предпринимательство;
6. Социальная компонента банковской деятельности;
7. Социальные обязательства, социальное пространство общества;
8. Институты и структурные элементы социальной политики;
9. Особенности социального развития региона;
10. Социальные факторы развития материально-производственного сектора.

В работе секции планируется участие в качестве приглашенных спикеров представителей бизнеса, реализующих социальную ответственность, которые поделятся своим практическим опытом.

Подробности и условия участия в информационном письме:

[Скачать \(PDF, 312KB\)](#)

B2B or not B2B? Конечно B2B!

Маркетинг в сфере B2B чаще всего скрыт от глаз стороннего наблюдателя. Он был, есть и будет штучным и элитарным инструментом. Именно поэтому на заре (в 8:15 утра!) 6-го апреля 2017 г. самые-самые попробовали приоткрыть завесу тайны в рамках 7-ой Университетской декады студенческой науки. Однако для тех, кто не смог посетить заседание секции “Прикладные вопросы b2b маркетинга”, мы предлагаем ознакомиться с презентациями некоторых докладов, прозвучавших на конференции.

Совместные формы финансирования как инструмент маркетинга

Толокняник Виктория, Леонова Анна

[Скачать \(PDF, 3.67MB\)](#)

Возможности использования SMM для B2B

Антоненко Наталья, Прокофьева Александра

[Скачать \(PDF, 735KB\)](#)

**Инновационные средства продвижения
продукции**

[Бречко Кристина, Гайко Наталья](#)

[Скачать \(PDF, 1.69MB\)](#)

**Маркетинговые коммуникации на рынке
B2B**

[Бусурина Анна, Ильяш Людмила](#)

[Скачать \(PDF, 839KB\)](#)

**Инновационные методы сбыта
промышленной продукции**

[Калачёва Ольга](#)

[Скачать \(PDF, 1003KB\)](#)

**Маркетинговая деятельность в сети
Интернет**

[Чуб Екатерина](#)

[Скачать \(PDF, 1.19MB\)](#)

Онлайн-реклама на рынке B2B
Короткевич Екатерина, Микула
Анастасия

[Скачать \(PDF, 2.2MB\)](#)

Практическое использование Data-
mining в маркетинге
Дронченко Татьяна, Сипачева
Анастасия

[Скачать \(PDF, 3.97MB\)](#)

Инструменты продвижения на рынке
b2b
Мартыросова Алина, Гладкая
Екатерина

[Скачать \(PDF, 2.5MB\)](#)

Использование принципов маркетинга
для повышения эффективности
деятельности предприятия

Вышинская Диана

[Скачать \(PDF, 1.87MB\)](#)

Современные маркетинговые коммуникации: Обзор докладов и презентации

В этот апрель БГЭУ полностью захватила наука и она даже не думает отступить! В четверг 06.04.2017 в нашем университете прошли заседания секций:

1. Прикладные вопросы b2b маркетинга
2. Теоретические аспекты маркетинга
3. Прикладные вопросы b2c маркетинга
4. Современные маркетинговые коммуникации
5. Логистика и управление цепями поставок

Доклады секции: Современные маркетинговые коммуникации



Подробнее остановимся на четвёртой секции, заседание которой состоялось в 13:05 в 332 аудитории 3-го корпуса. Там присутствовало довольно много студентов, причём не только докладчиков (которых было около 30!), но также их “групп поддержки”, которые с интересом слушали всех выступающих. Приятно видеть такое рвение наших студентов! Несмотря на маленькую аудиторию, которая пыталась вместить в себя большое количество студентов, на заседании царил приятная и естественная атмосфера: суэта, подготовка участников и лёгкое волнение, ведь за регламентированных 5 минут нужно было не просто выступить, но и в полной мере донести до слушателей свою тему, передать смысл и основную идею, а главное их заинтересовать!

Музыка и маркетинг: есть ли связь?

Первой выступила студентка 3-го курса группы ДМР – [Алина Матявина](#) с интереснейшей темой “Музыка и маркетинг: есть ли связь?”



Музыка и маркетинг: есть ли связь?

Алина основательно подошла к своему выступлению: она провела опрос и выяснила, как влияет музыка в магазинах на покупки людей. Поочерёдно включалась классическая и современная музыка. Выяснилось, что люди склонны тратить больше, а именно покупать дорогостоящие товары, когда играет классическая музыка, нежели Бибер.

Жанр музыки



Влияние музыки на покупки потребителей

Интересный эксперимент также был проведён во всем известной “ИКЕА”: за 15 минут до закрытия магазина был включён марш. В результате большинство покупателей развернули свои тележки в сторону магазина! Выступление Алины было очень интересным и увлекательным, она сумела отлично преподнести материал и заинтересовать аудиторию, что, пожалуй, главное при выступлении.

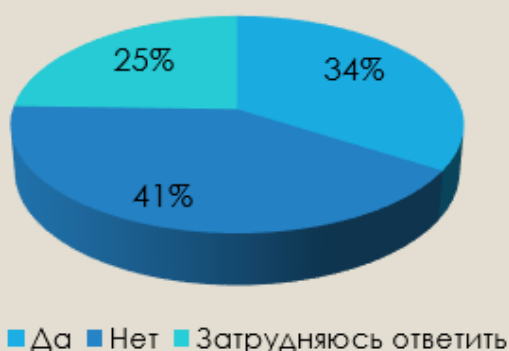
[Скачать \(PPTX, 953KB\)](#)

Продвижение образовательных услуг БГЭУ

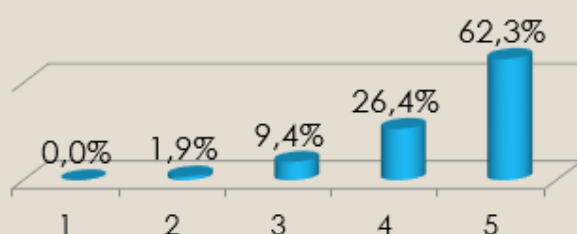
В связи с открытием на ФМк новой специальности “Рекламная деятельность”, студентки 3-го курса группы ДМП – [Беляк Елизавета](#) и [Малаш Виктория](#) решили посвятить своё выступление теме “Продвижение образовательных услуг БГЭУ”! С помощью онлайн-анкетирования они выявили спрос среди абитуриентов на данную специальность. Оказалось, что большинство из них вообще не знают, где можно получить образование по данной специальности! Девушки пришли к выводу, что нашему университету необходимо провести рекламную кампанию, которая состоит из видеоролика и распространения листовок, которые помогут не только привлечь абитуриентов, но и повысить имидж всего университета! Участницы представили свои варианты ролика и листовки, с которыми вы можете ознакомиться в презентации.

Результаты опроса

1. Знаете ли Вы, где можно получить образование в сфере рекламы?



2. Предпочтения абитуриентов относительно источников информации о новой специальности



3. Оценка актуальности открытия специальности «Рекламная деятельность» респондентами (по 5-балльной шкале)

[Скачать \(PPTX, 676KB\)](#)

Изучение моделей поведения пользователей в интернете

“Изучением моделей поведения пользователей в интернете” занялся интересный дуэт студентов группы ДМР – [Исакович Даниил](#) и [Туманова Виктория](#). Ребята выбрали актуальную и интересную тему и действительно были дуэтом, даже одним целым – они отлично дополняли друг друга и также сообща отвечали на вопросы жюри, заканчивая предложения друг за другом. Их целью было выявление моделей поведения потребителей в интернете. Для этого они выбрали 2 интернет-магазина: OZ.by и Lamoda, на основе которых проводился соцопрос в интернете.



Приносит радость :)

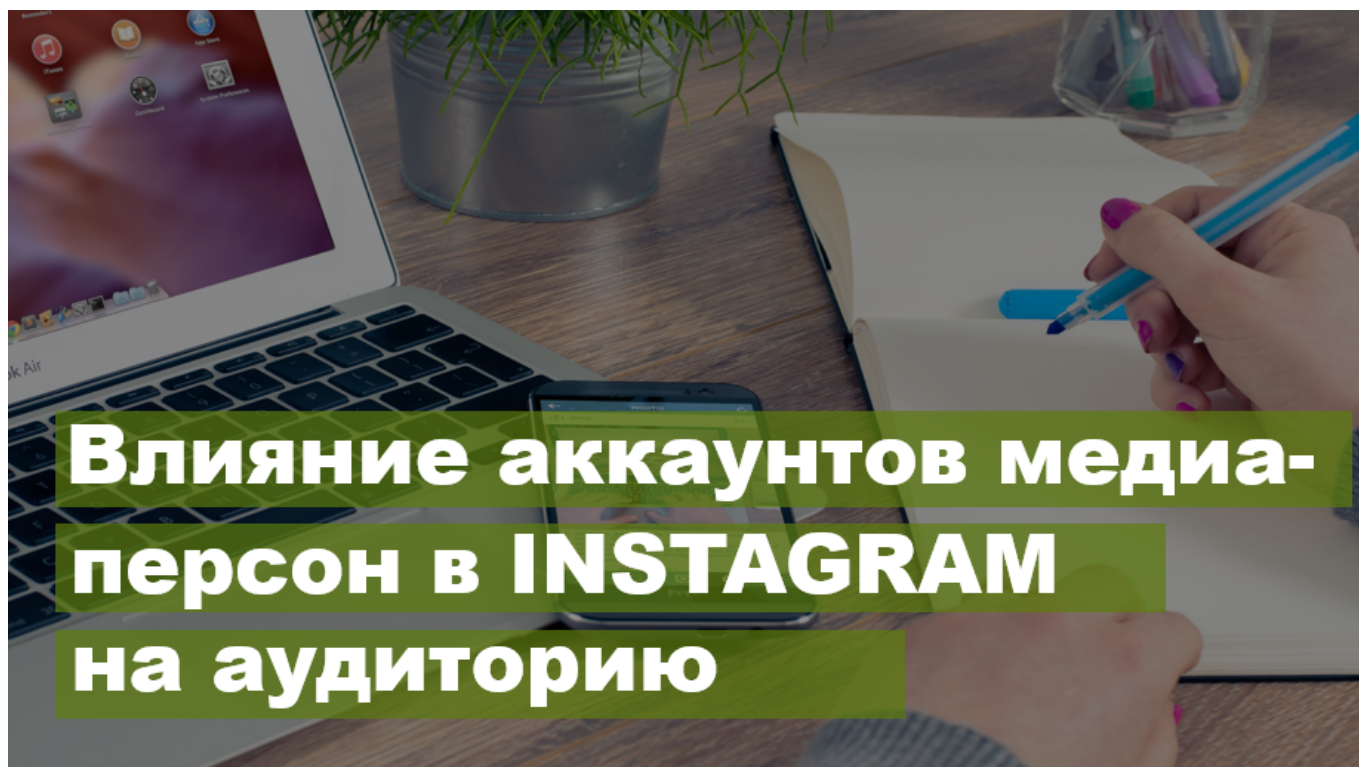
lamoda

В результате выяснилось, что OZ.by находится на 3 месте среди интернет-магазинов (выше только соцсети), Lamoda занимает в этом списке 5-ое место. Цель ребят была достигнута, и они выявили 3 модели пользователей: активные, заинтересованные, сомневающиеся. Стоит отметить отличную презентацию ребят:

[Скачать \(PPTX, 3.55MB\)](#)

Влияние аккаунтов медиа-персон в INSTAGRAM на аудиторию

И завершает наш обзор очень увлекательная тема студентки [Анны Фурс](#):



Instagram набирает сейчас очень большую популярность: каждый 15-й житель планеты загружает свои фото в эту социальную сеть!



Вы наверняка замечали, сколько рекламных постов размещают звёзды в своих Inst, и это очень выгодно для рекламодателей. Вполне логично размещать рекламу детских товаров в Instagram молодых звёздных мам, таких, как Ксения Собчак, а рекламу спортивных товаров и питания в аккаунтах спортивных блогеров, пример – Настасья Самбурская. Анна приводит сравнение стоимости рекламы в модном журнале “Cosmopolitan” и в Instagram Ольги Бузовой, в результате приходит к выводу, что намного дешевле и эффективнее это делать в рассматриваемой нами социальной сети.

[Скачать \(PDF, 795KB\)](#)

Презентации докладов

**PRODUCT PLACEMENT в
киноиндустрии: применение и эффективность
Владислава Урбанович и Юлиана Найда**

[Скачать \(PPTX, 4.09MB\)](#)

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ
ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ
Юлия Баран**

(Секция “Прикладные вопросы b2c маркетинга”)

[Скачать \(PPTX, 605KB\)](#)

**Медиарынок Республики Беларусь: ТВ
реклама и реклама в сети Интернет
Куксенкова Юлия, Рабчёнак Ольга**

(Секция “Прикладные вопросы b2b маркетинга”)

[Скачать \(PDF, 1.54MB\)](#)

К сожалению, мы не смогли представить вам все работы наших студентов, но уверены, что все они очень интересные и достойные! И если вы ещё не внесли свой “вклад в науку” или в жизнь факультета, то смело участвуйте везде, будь то студвесна или научная конференция. Верьте в себя и в свои силы, и у вас всё получится!

Ирина Сергеенко

5-я университетская декада студенческой науки: Молодежь в науке и бизнесе 2017



3-14 апреля 2017 года пройдет 5-я университетская декада студенческой науки: “Молодежь в науке и бизнесе – 2017”.

Ключевые мероприятия декады студенческой науки

- [конкурс «Лучшая студенческая научно-исследовательская лаборатория БГУ – 2017»;](#)
- [конкурс бизнес-идей и проектов «Маркет идей»;](#)
- [10-я Международная научно-практическая конференция студентов \(МНПКС\) «Национальная экономика Республики Беларусь: проблемы и перспективы развития» \(Информация об МНПКС для докладчиков по проблемам маркетинга и логистики\);](#)
- 10-я Республиканская научно-практическая конференция студентов, аспирантов и магистрантов «Социально

ориентированная экономика Республики Беларусь: проблемы и перспективы развития» (Бобруйский филиал);

- [4-я Межвузовская студенческая научная конференция «ЭКОН-2017: мировая экономика и международный бизнес»;](#)
- дни партнерского взаимодействия (с компаниями-партнерами мероприятий декады);
- встречи с представителями органов государственного управления, компаний и организаций, круглые столы и мастер-классы с участием ведущих преподавателей университета;
- экскурсии, тематические выставки, презентации;
- награждение студентов БГЭУ в номинации «Студент – исследователь года».

Календарь мероприятий и их расписание смотрите в рабочей программе декады студенческой науки:

[Скачать \(PDF, 875KB\)](#)

Информация об МНПКС для докладчиков по проблемам маркетинга и логистики

Обсуждение докладов в рамках 10-ой Международной научно-практической конференции студентов «Национальная экономика Республики Беларусь: проблемы и перспективы развития», проблематика которых связана с вопросами маркетинга и логистики, пройдет 6 апреля 2017 в секции №7.

График работы секции №7. «Проблемы и перспективы развития маркетинга и

ЛОГИСТИКИ»

7.1. Теоретические аспекты маркетинга	804/1	13:05-17:25
7.2. Прикладные вопросы b2b маркетинга	407/1	08:15-12:35
7.3. Прикладные вопросы b2c маркетинга	407/1	13:05-17:25
7.4. Современные маркетинговые коммуникации	332/3	13:05-17:25
7.5. Логистика и управление цепями поставок	136/3	13:05-17:25

12 апреля 2017 года в 10:00, аудитория 339/3 состоится пленарное заседание и выступление приглашенных гостей. В этот же день в 14:35 в аудитории 804/1 состоится работа круглого стола секций №7 с участием гостей из других учебных заведений и студентов/магистрантов БГЭУ.

Награждение победителей и торжественное закрытие конференции состоится 13 апреля 2017 года в 10:00 в аудитории 339/3.

Для участия в конференции необходимо зарегистрироваться до **27.03.2017, 9:00:**

- [Форма регистрации для студентов и магистрантов БГЭУ](#)
- [Форма регистрации для участников из других вузов](#)

Участникам из других учебных заведений необходимо дополнительно направить тезисы доклада на e-mail: sib.bseu@mail.ru

Информация о порядке оформления докладов и другая дополнительная информация размещена на [странице конференции](#).

Актуальные списки участников и программа МНПКС

[Скачать \(DOCX, 5.84MB\)](#)

Международная студенческая научная конференция: Мировой опыт и экономика регионов России

Оргкомитет конференции приглашает студентов БГЭУ принять участие в работе XV Международной студенческой научной конференции «МИРОВОЙ ОПЫТ И ЭКОНОМИКА РЕГИОНОВ РОССИИ», которая пройдет 7 апреля 2017 года в Курском филиале Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

Основные направления панельных дискуссий:

- Современные информационные технологии в реализации стратегии инновационного развития регионов страны;
- Социально-политические и правовые аспекты регулирования молодежной политики;
- Экономические и финансовые проблемы устойчивого развития страны в условиях глобальных изменений;
- Модели экономического развития: мировой опыт (на английском языке).

Условия участия в конференции

Для участия в работе конференции необходимо в срок до 07 апреля 2017 года предоставить доклад в распечатанном и электронном виде объемом до 5 стр. и заполненную заявку в распечатанном и электронном виде в оргкомитет конференции (ул.

Ломоносова, д. 3, Овчарова К.И. ауд. 207 или Положенцевой С.И., ауд. 213), для иногородних участников отправить статью и заявку в электронном виде на e-mail: ovcharova.kristina17@mail.ru

Требования к оформлению материалов, форма заявки и контактная информация приведены в информационном письме.

[Скачать \(PDF, 430KB\)](#)

Теоретико-методологические и прикладные аспекты государственного управления

Академия управления при Президенте Республики Беларусь приглашает принять участие 31 марта 2017 года в XXI республиканской научно-практической конференции молодых ученых и студентов «Теоретико-методологические и прикладные аспекты государственного управления».

Проблемное поле конференции:

1. Государственное и местное управление;
2. Социально-философские, идеологические и политические аспекты государственного управления;
3. Социологическое обеспечение управленческих инноваций в системе государственного управления;
4. Психологические аспекты современного управления и руководства;

5. Здоровьесбережение в профессиональной подготовке специалистов государственного управления;
6. Актуальные проблемы государственного управления в Республике Беларусь и за рубежом (Current Issues of Public Administration in the Republic of Belarus and Abroad);
7. Актуальные проблемы управления внешнеэкономической и внешнеполитической деятельностью;
8. Инновационное развитие промышленных предприятий; Экономика и экономическая политика;
9. Моделирование и информационные системы в экономике и управлении;
10. Правовое регулирование социально-экономического развития Республики Беларусь;
11. Правовое регулирование государственного управления и правоохранительной деятельности: история, современное состояние, перспективы развития;
12. Теоретико-правовые и историко-правовые аспекты развития государства и права;
13. Инновационное управление современными организациями; Моделирование управленческих процессов.

С условиями участия в конференции можно ознакомиться по [ссылке](#).

Приглашение к участию в конференциях



VI Международная научная студенческая конференция «Рыночная экономика: сегодня и завтра»

Учреждение образования «Белорусский государственный аграрный технический университет» приглашает к участию студентов и магистрантов на VI Международную научную студенческую конференцию «Рыночная экономика: сегодня и завтра», которая состоится 2-3 марта 2017 года в г. Минске.

Предлагаем ознакомиться с информационным письмом:

[Скачать \(PDF, 1.41MB\)](#)

XX Республиканская научная конференция студентов и аспирантов «Новые математические методы и компьютерные технологии в проектировании, производстве и научных исследованиях»

Учреждение образования «Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины» приглашает к участию в XX Республиканской научной конференции студентов и аспирантов «Новые математические методы и компьютерные технологии в проектировании, производстве и научных исследованиях» 20-22 марта 2017 г.

Информационное письмо доступно для ознакомления:

[Скачать \(PDF, 250KB\)](#)

**V Международная конференция:
Актуальные проблемы теории и
практики современной
экономической науки**



ГГУ им Франциска Скорины приглашает студентов и магистрантов принять участие в V Международной конференции студентов и магистрантов “Актуальные проблемы теории и практики современной экономической науки”, которая состоится 16 марта 2017 года в УО “Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины”, г. Гомель.

Ознакомиться с программой международной конференции, проблемным полем и условиями участия в информационном письме.

Информационное письмо и форма заявки на участие

[Скачать \(PDF, 346KB\)](#)

Молодежь в науке и бизнесе 2016: Обзор ФМк



В

рамках ежегодной декады студенческой науки "[Молодежь в науке и бизнесе](#)" состоялась Международная научно-практическая конференция студентов «[Национальная экономика Республики Беларусь: проблемы и перспективы развития](#)». Конечно же она не прошла мимо Факультета маркетинга и логистики.

7 апреля в секции «Проблемы и перспективы развития маркетинга и логистики» студенты ФМк представили плоды своей научной деятельности. На факультете была организована работа [пяти подсекций и круглого стола](#) для участников из БГЭУ и других вузов. Нам удалось посетить две из них и составить подробный рассказ и [фотоотчет](#).

Прикладные вопросы B2B маркетинга

На подсекции, посвящённой рынку B2B, были раскрыты следующие темы: маркетинг инноваций и его значение для экономики Республики Беларусь, проблемы и перспективы краудэкономики РБ, рассмотрены проблемы выхода белорусских предприятий на японский рынок, аутсорсинг как инновационное направление развития товаропроводящей сети в условиях кризиса и многие другие.

Актуальные темы докладов вызвали бурные обсуждения у

слушателей конференции. Среди наиболее обсуждаемых вопросов были следующие:

– *В чём заключаются особенности работы маркетолога на рынке B2B в Беларуси?*

– В первую очередь это индивидуальная работа с каждым из клиентов. Не возможно использовать массовый маркетинг, как на рынке B2C, здесь работают с индивидуальной маркетинговой стратегией. Работа ориентирована на построение долгосрочных отношений, что позволяет повысить эффективность работы. К сожалению, в РБ уделяется мало внимания маркетингу на рынке B2B.

– *Как вести борьбу за клиента и достигать высоких показателей продаж на рынке профессионалов, где знают все недостатки вашего продукта?*

– В этом случае необходимо наиболее ярко отразить имеющиеся достоинства товара и показать себя в выгодном свете по отношению к конкурентам, улучшая качество обслуживания и взаимодействие с клиентом. (**Мария Гриценко**)

– *Каковы основные каналы продвижения на рынке профессионалов?*

– Проведение выставок, прямой маркетинг, организация специализированных обучающих «event»-ов. (**Мария Гриценко**)

– *Какие действия для заключения сделки совершают компании-победители?*

– Компании победители ведут работу по всем направлениям: внедрение инноваций, диктуют условия на рынке, борются за своих клиентов, защищают свои рынки, даже в условиях кризиса вкладывают средства в развитие коммуникационного комплекса. (**Мария Гаврильчик**)

– *Что побуждает клиента совершить повторную покупку или продлевать сотрудничество?*

– Сервис, оптимальное отношение “цена-качество”, отсутствие проблем при сотрудничестве, соблюдение всех условий договора. (**Светлана Андросова**)

Прикладные вопросы B2C маркетинга

В этот же день, 7 апреля, одновременно прошли заседания еще нескольких подсекций, одна из которых была посвящена рынку B2C. На ней были рассмотрены результаты анализа использования сенсорного маркетинга в деятельности концептуальных магазинов, влияние установки и мнения группы на поведение потребителей, маркетинговые модели по стимулированию покупательских решений для новых видов товаров, развитие концепции внутреннего маркетинга в Группе Компаний “Кафе Гараж”, событийный маркетинг в стартап-движении и другие аспекты маркетинга.

Традиционно были заданы вопросы участникам конференции. Вот некоторые из них:

– *В чём заключаются особенности рынка B2C?*

– Бизнесмены, избравшие сферой своей деятельности розничную торговлю, всегда заинтересованы в расширении ассортимента услуг и товаров: так они распространяют свое влияние на все сегменты рынка. Этот процесс проще всего отследить на примере супермаркетов, где потребитель может купить буквально все, что пожелает. Кроме того, здесь ему будут предложены сопутствующие услуги – к примеру, доставка, монтаж и ремонт оборудования для кухни или компьютерной техники. (**Медунецкая Вероника**)

– *Выделите основные особенности маркетинга B2C.*

– В-первую очередь, это ориентация компании-производителя на взаимодействие с конечным потребителем, товар приобретается клиентом для себя, и решение о необходимости покупки товара принимается им самостоятельно. Клиент – не эксперт, покупая товар, он руководствуется не только своими потребностями, но и эмоциями, цикл продаж короткий, отдельный покупатель для бизнеса не важен – значение имеет только объем продаж, обязательное применение массовых коммуникаций. Оригинальные решения маркетинга все чаще и чаще становятся залогом успеха, особенно на рынке B2C. (**Шурхай Марина**)

– *В чём заключаются особенности расширения компании на рынке*

B2C?

– Решение о расширении компании начинается с внутреннего маркетинга, инструменты которого направлены на привлечение квалифицированного персонала, то есть “товаром” становится работа, а потребителем – соискатель на вакансию. В связи с этим, актуальным является поиск сотрудников, заинтересованных в дальнейшем росте и развитии. *(Кабачевская Алёна)*

– В чём разница работы с секторами B2B и B2C?

-На рынке B2B активно проводятся личные встречи, презентации, цена на товар чаще всего устанавливается по согласию двух сторон, массовая реклама не работает. В то время как на B2C изучаются потребности потребителя, целевая аудитория, создаются уникальные потребительские товары. *(Святская Анна)*

Наши поздравления всем студентам ФМк, которые приняли участие в конференции; аплодисменты тем, кто занял призовые места; творческих успехов тем, кому есть куда расти. И всем нам – вдохновения, сил и смелости начать работу!

Прокопчик Ольга

Фото Дарина Куцук

Фотоотчет о работе конференции









