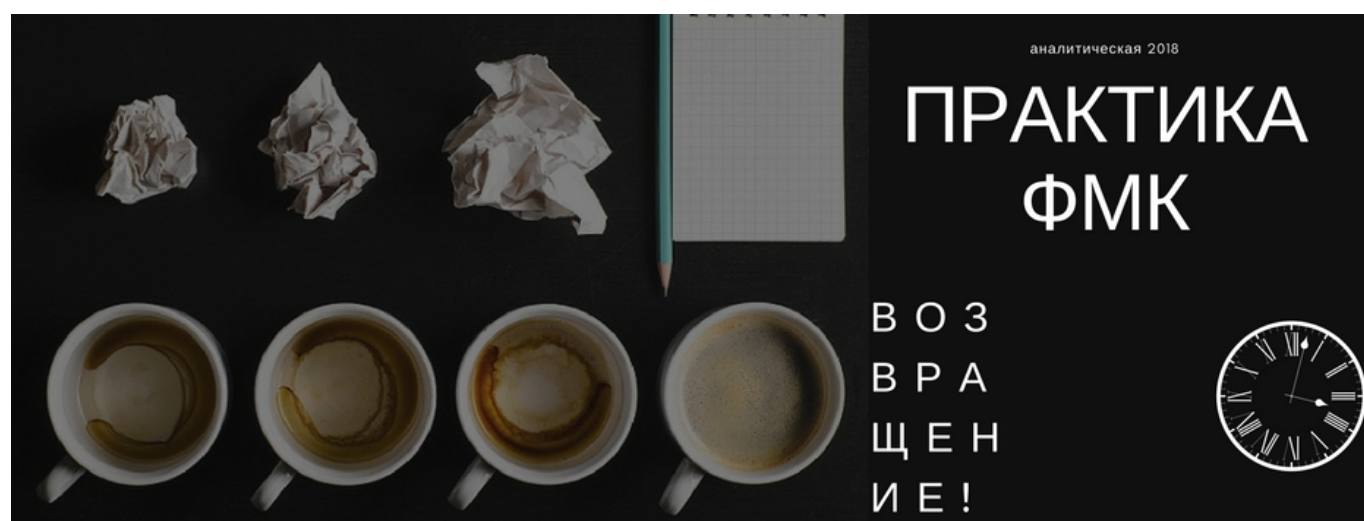


Практика ФМК 2018: покоряем новые вершины



В этом году многие обычные вещи перестали быть таковыми. Вот, например, “Мисс БГЭУ” прошел в 5-ом корпусе вместо 2-го, а для Студвесны и вовсе решили изменить формат. Пусть всего на один раз, но эту «оттепель» мы точно запомним надолго.

С практикой тоже решили не церемониться – и одним волевым движением перенесли её с июля на март-апрель. По городу гордо шагает май. В воздухе витает аромат приближающейся сессии. Вносятся последние правки в отчёты, а дырокол обрёл бешеную популярность и даже, ходят слухи, обогнал в этом мальчиков ФМК.

Мы подумали, что расписывать практику ФМК в одной лишь теории с сухими однострочными отзывами, – скучно. А все плюсы и преимущества обучения в нархозе за нас уже описали в рекламных брошюрах для абитуриентов. Мы пошли дальше и узнали из первых уст о том, чем же занимаются студенты на практике, интересно ли это и легко ли совмещать учёбу с ежедневными поездками на то самое предприятие, где будущий маркетолог лоб в лоб встречается со своей профессией в полевых условиях.

Ну что ж, начнём знакомство с практикой ФМК 2018!

Леневич Алина, «РАБОТА.TUT.BY»



Леневич Алина – студентка 2 курса группы ДМР

Я проходила практику в ООО «100 Работ Тут». Приехала на собеседование, которое проводила моя будущая руководительница практики Анна Шагун. Аня оказалась очень отзывчивым человеком и профессионалом своего дела.

В первый день я ознакомилась с маркетинговой деятельностью белорусской онлайн-площадки «РАБОТА.TUT.BY», организационной структурой, а также продуктами компании. Однако вторым радужным знакомством (после Ани) стало знакомство с моим рабочим местом на ближайший месяц, и конечно же, очень уютной кухней, на которой можно немножко расслабиться и попить кофе с печенюшками (кухня оказалась одним из главных и любимых моих мест в офисе).



Офис "РАБОТА.TUT.BY"

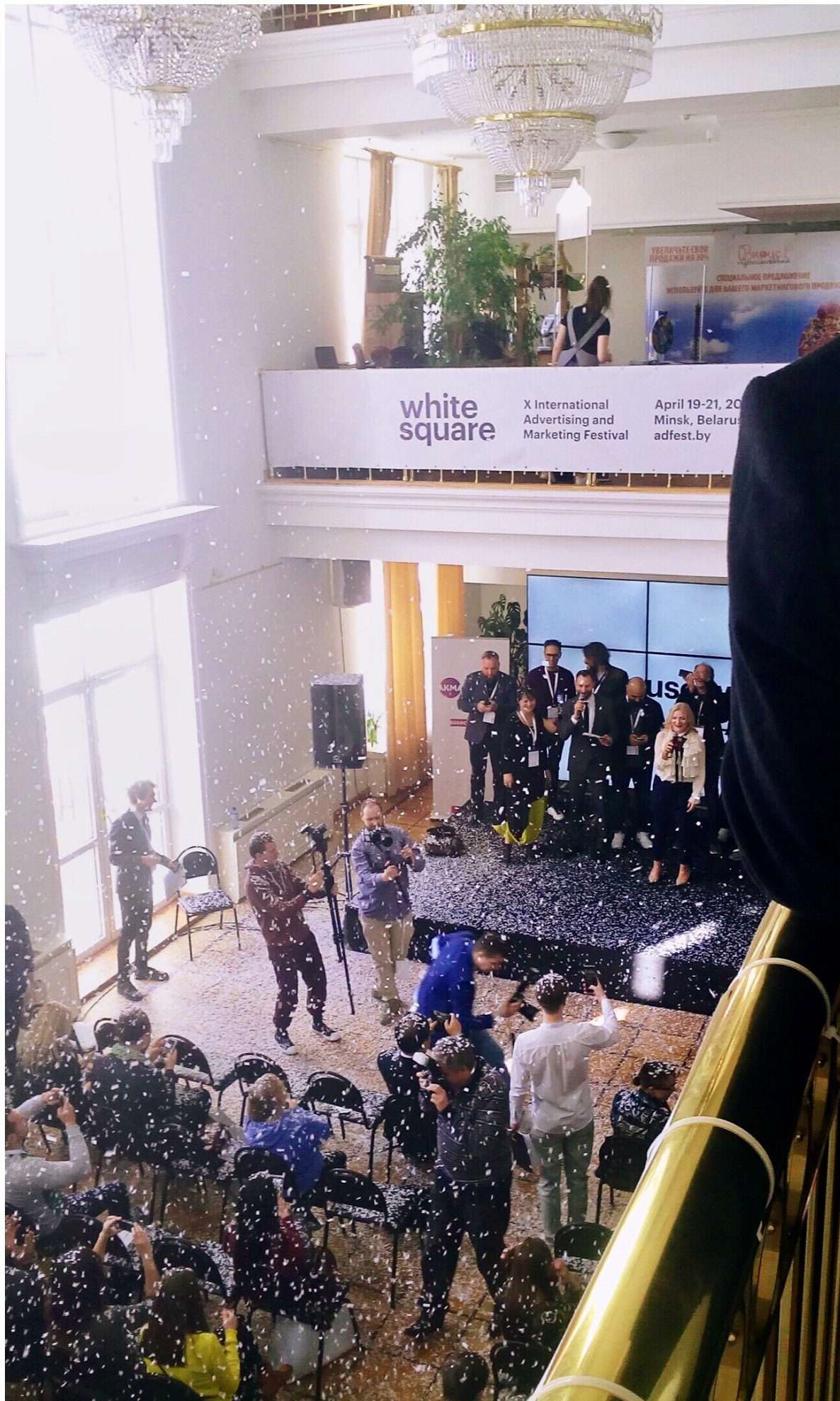
Коллектив встретил меня очень тепло и радушно, сразу возникло ощущение, что я на «своём» месте. Порой даже казалось, что они излучают мегаположительную энергию и этим заряжают на работу. Я получала любую помощь в работе, разъяснение ошибок, а также «впитывала» все ценные знания о работе, которые, без сомнения, пригодятся мне в будущем. Задания были разнообразными и креативными (создание опросов, постов для соцсетей, мониторинг внешних мероприятий, поиск материалов для авторских статей, создание сувенирной продукции, наклеек компании и т.д.).



Однако больше всего мне понравились и подарили незабываемые впечатления мероприятия, на которых я побывала за время практики: HR meeting “WOW! Ты уже марчар!”, Карьерный форум БГУ 2018, и, конечно же, фестиваль маркетинга и рекламы [“Белый квадрат”](#). Последнее мне, как будущему маркетологу и рекламщику, было особенно интересно. Там я узнала много полезной и интересной информации о маркетинге и рекламе от профессионалов в этой сфере. Я очень рада тому, что мне удалось побывать на всех этих мероприятиях, и благодарна «РАБОТА.TUT.BY» за такую классную возможность!



Фестиваль маркетинга и рекламы “Белый квадрат”



white
square

X International
Advertising and
Marketing Festival

April 19-21, 20
Minsk, Belarus
adfest.by

Фестиваль маркетинга и рекламы “Белый квадрат”

Время практики могу описать как калейдоскоп ярких впечатлений, море положительных эмоций и, главное, багаж бесценного опыта!

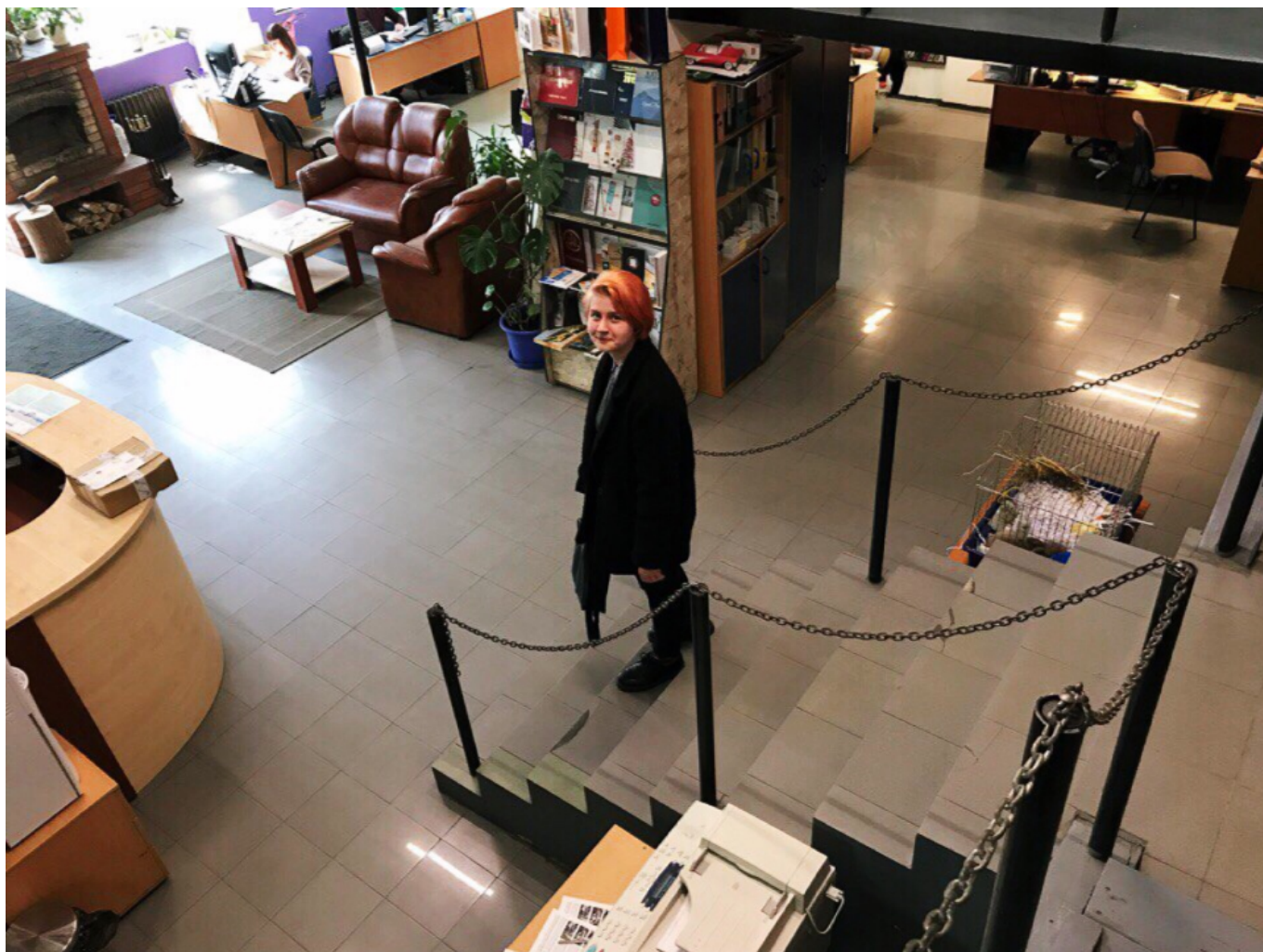
Ирина Субботина, типография «Донарит»



Субботина Ирина – студентка 2 курса группы ДМР

Практику я проходила в типографии «Донарит». Почему выбрала именно типографию? Мне кажется, что, по сути, это – то же рекламное агентство, но выполняющее несколько иные функции. Например, дизайн буклетов и их печать производится прямо на месте. Ну а конкретно в «Донарит» решила пойти, потому что эта фирма всегда была у меня на слуху, ведь она находится на улице

(Октябрьской), где я часто провожу своё свободное время.



Эта типография специализируется в основном на рекламной печатной продукции. Они печатают буклеты, листовки, брошюры, стикеры, плакаты и всё то, что только можно вообразить. Я работала в отделе, отвечающем за сувенирную продукцию. Крупные фирмы делают заказы на различные сувениры со своим фирменным логотипом или слоганом. Наша задача заключалась в том, чтобы правильно подобрать предмет, а затем правильно расположить на нём желаемое. Сувениром сейчас может быть что угодно. Шариковые ручки уже давно стали банальщиной. Одним из модных трендов в этом направлении является нанесение логотипов на портативные зарядки для телефонов или чехлы для них же.

«Донарит» не такая уж и большая типография. Работа там не была для меня напряжённой, задания давали по силам. На выходе я получила опыт работы в реальной ситуации с живыми клиентами

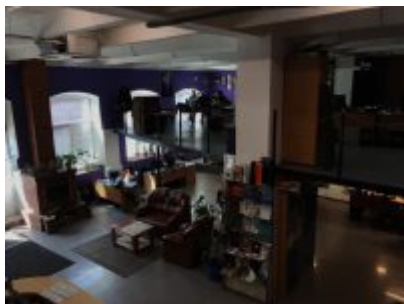
как лично, так и по телефону. И, что самое главное, поняла, как можно продавать то, что мы имеем, честно и по имеющимся ценам.



Офис “Донарит”



Офис “Донарит”



Офис “Донарит”

Вообще, изначально я была настроена на прохождении практики в производственном цеху, а получила тёплый уютный офис с сувенирами и осталась довольна. Но, как говорится, на безрыбье и рак рыба.

Анита Марченко, «Маклай-групп»



Анита Марченко – студентка 2 курса группы ДММ-2

Проходила практику в ООО «Маклай-групп». Попала туда случайно,

по распределению кафедры, и осталась очень довольна!

«Маклай-групп» представляет собой небольшую команду маркетологов, которые не просто любят свое дело, а считают маркетинг самым захватывающим проектом своей жизни. Они специализируются на SWOT-анализе для бизнеса, оказании консультаций по маркетингу и обучении маркетологов, директоров и начальников отделов, участников стартапов, индивидуальных предпринимателей маркетингу, интернет-маркетингу, продажам и даже деловому английскому.

Первое, что нужно было сделать – определиться с родом моего занятия на этот месяц практики: заниматься SWOT-анализом, писать статьи для сайта, организовывать мероприятия или составлять различные базы данных. Я, не задумываясь, выбрала организацию мероприятий, потому что это – моя душа и сердце. Я обожаю заниматься организацией различных мероприятий любого характера, однако организация бизнес-мероприятий оказалась намного сложнее, чем я думала. Сложность – в совокупности разнородных работ (начиная с аренды помещения, а заканчивая созданием различных форм мероприятия и его рекламой), которые нужно выполнить за определённое время. В итоге я организовала около 10 мероприятий за месяц. Не скажу, что было легко. Но скажу, что удовольствие я получила колоссальное!

В целом прохождение практики в «Маклай-групп» я бы охарактеризовала тремя словами: свобода творчества, отсутствие рамок, поддержка и помощь.

Больше всего мне понравился подход к работе, а именно возможность креативить и делать всё так, как хочешь именно ты. Мне дали проект, предоставили всё необходимое для его реализации, и дальше дело оставалось лишь за мной. Я думаю, это очень важно для всех людей, а для маркетологов в особенности, когда никто не указывает, что и как тебе делать, не «стоит над душой», а дает полную свободу действий. Однако если вдруг понадобился совет, то в помощи мне никто не отказывал.

Кроме того, я не могу не отметить то, что в самом офисе была очень приятная атмосфера (как и люди), которая лишь располагала к работе. Также в моем распоряжении была вся необходимая и очень клевая профессиональная литература, которую не найти в обычной библиотеке.



Евгения Ащеулова, «Terra Group»



Евгения Ащеулова – студентка 2 курса группы ДМЦ

Для прохождения практики я выбрала маркетинговое агентство «Terra Group». Эта фирма занимается организацией различных мероприятий: выпускных, корпоративов, концертов и даже фестивалей международного уровня.



Почему выбрала именно Терру и почему не цены, если моя специализация как раз «ценообразование»? Все просто: я всегда была равнодушна к медиа.

Считаю, что сидеть с бумажками, – скучно. Я же маркетолог всё-таки, поэтому хочется получить больше знаний на практике и понять, как всё устроено на самом деле.

Там мне удалось увидеть всю «кухню», которая всегда остаётся за кадром. Я поняла, что ошибки – это не плохо, а даже хорошо, потому что на них можно учиться. Терра, например, не добавляет к смете какие-то проценты, когда рассчитывает бюджет мероприятия (как все думают), а вносит в смету своё агентское вознаграждение, и это, как мне кажется, очень правильно.

Впечатлений от практики много, но могу сказать одно: маркетинг – это круто, поэтому и в дальнейшем я планирую проходить практику в подобных местах.

Учитесь, не стойте на месте, узнавайте каждый день что-то новое и развивайтесь!

*Сидорук Алеся
Сергеенко Ирина*

Лучшие мгновения весны: практика ФМк



ДМР на заводе "Кока-Кола"

Весна... Состояние души, постоянно отвлекающее от однообразных лекций и бесконечного потока пар. Прекрасная погода на улице и яркое солнце так и манят изменить что-то в своей жизни, открыть себя навстречу новому, незнакомому ранее. Впустив однажды в сердце весну, ты уже не можешь усидеть на месте хотя бы несколько минут, а конец учебного года всячески пытается напомнить, что вот-вот в гости постучится сессия. Именно сейчас, как никогда ранее, важен глоток воздуха, свежих, ярких впечатлений, это и предоставляет нам практика.



Дегустация напитка на заводе “Кока-Кола”. Фото Яны Акулович

Поначалу практика кажется чем-то скучным, однообразным и сложным. Согласитесь, перспектива ходить на незнакомые

предприятия по вечерам, изучать специфику их структуры, экономические показатели за последние несколько лет, положение на внутреннем и внешнем рынке, стать постоянным гостем отдела маркетинга и продаж, а также бухгалтерии данных предприятий, а затем записывать это все в отчет – не очень радует. Но не тут-то было! Уже второй год подряд ФМк испытывает новый, увлекательный вид практики. Две экскурсии на знакомые всем предприятия, а также посещение интересной выставки – вот что ждет всех первокурсников в конце учебного года. И лето свободно, и весна запоминающаяся – идеальное решение руководителей практики. А теперь предлагаем вам вместе с нами вспомнить, как это было, и прочувствовать наши эмоции.



На заводе Кока-Кола. Фото Светланы Ступчик

УП «Кока-Кола Бевриджиз Белоруссия»

Кока-кола – знакомый с детства, всеми любимый напиток. Что приходит Вам в голову при упоминании данного названия? Новый год, семья, счастье... и много других, неповторимых, но таких приятных ассоциаций. Я думаю, каждый из нас хотя бы раз мечтал отправиться на завод Кока-Кола и своими глазами увидеть колдовство приготовления любимого напитка. Экскурсия нашей практики как раз и адресовалась туда. Первое, что мы заметили, как только добрались до предприятия, – красно-белые фургончики с известным логотипом, с помощью которых напиток путешествует из города в город и объединяет людей. Да-да, именно такие, как в новогодней рекламе.



Завод “Кока-Кола”. Фото Дарьи Бондар

На пороге нас гостеприимно встретил администратор и

предоставил в руки экскурсовода. Повсюду красно-белые логотипы, мебель соответствующих цветов, бутылка кока-колы с пузырьками внутри – такие мелкие, на первый взгляд, невзрачные детали и создают невероятную, неповторимую атмосферу предприятия, и оно запоминается надолго.



Оформление завода. Фото Яны Акулович

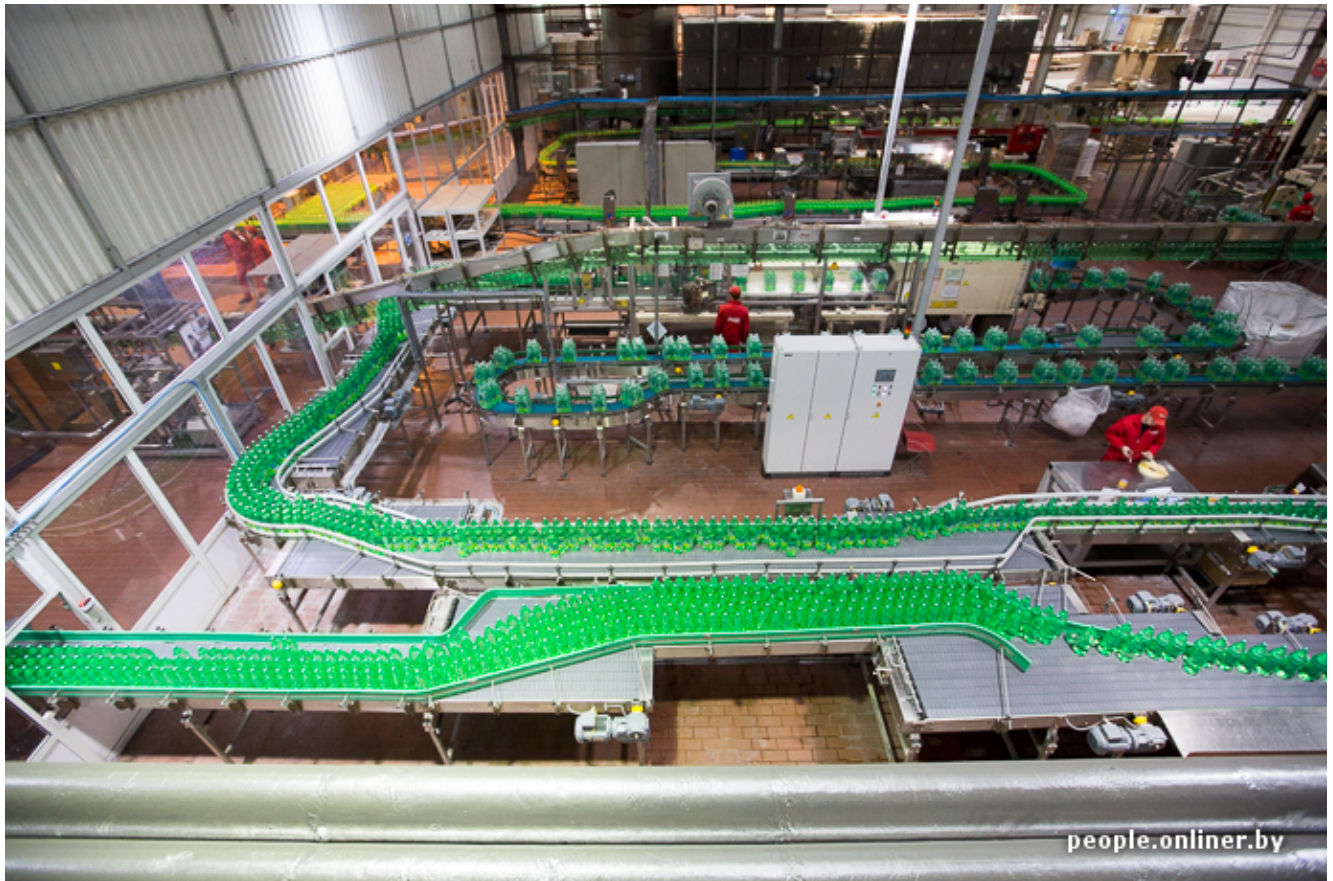
В небольшой комнатке, специально оборудованной для экскурсий, приятная девушка рассказала нам об истории создания,

уникальном рецепте и разнообразии вкусов напитка. Уже через несколько минут, облачившись в красно-белые мантии, мы следовали по коридорам, дабы понаблюдать за производственным процессом.



Производство Кока-Колы. Фото Onliner.

Во время нашей экскурсии разливались напитки «Золотой ключик» и «Вон Aqua». Из каких форм выдуваются бутылки, как наполняются напитком, закупориваются крышками, куда отправляются – всё это нам удалось увидеть собственными глазами. На заводе было очень шумно, но экскурсовод, с помощью специального микрофона, объясняла каждый этап производственного процесса.



Производственный процесс. Фото Onliner

Затем мы вернулись в экскурсионную комнату, где девушка рассказала о рекламе, инновациях кока-колы, а также благотворительных проектах, сотрудничестве с красным крестом, спортивных площадках города Минска, установленных предприятием. Каждый желающий мог задать любой интересующий вопрос, теперь мы знаем, почему в Беларуси так мало вкусов напитка, почему кока-кола коричневая, и где можно попробовать все виды фанты.



Разнообразие напитков завода. Фото Яны Акулович

Под милую, белорусскую рекламу с участием NaviBand первокурсников угостили любимыми напитками предприятия. Приятный вечер завершился викториной, главный приз которой – большой мишка. Каждый из нас на память получил брелочки кола-колы и кучу приятных впечатлений. Еще долго не хотелось покидать предприятие, ведь нужно заполнить социальные сети запоминающимися фотографиями. Да... Кока-Кола действительно то, что нас объединяет!



Группа ДМР на заводе “Кока-Кола”. Фото Анастасии Куровской

ОАО «Управляющая компания холдинга «Белкоммунмаш»

Белкоммунмаш – ведущее промышленное предприятие Республики Беларусь в области производства и капитального ремонта городского электротранспорта. Как изготавливаются троллейбусы и электробусы, сколько стоит один, можно ли купить свой собственный троллейбус – ответы на такие интересные вопросы теперь не секрет для каждого из нас.



Процесс изготовления электробуса. Фото Екатерины Лелеш

На производстве мы увидели слаженную работу всего коллектива. Было заметно, что каждый на своем месте четко выполняет свои обязанности. Приятно, что продукция нашего белорусского предприятия востребована за рубежом в таких странах как Казахстан, Румыния, Молдова, Сербия и других европейских государствах, а также в странах Латинской Америки. Учитывая, какая сейчас идет борьба за потребителя и высокую конкуренцию – это большое достижение Белкоммунмаша. Очень важен современный дизайн, ведь техника должна быть не только качественной и надежной, но и эстетически привлекательной, современной. Всё это действительно поразило каждого из нас.



Процесс производства электробуса. Фото Екатерины Лелеш

Каждый труженик предприятия на своем рабочем месте должен чувствовать ответственность за производимую продукцию, выполнять свою работу на совесть, и тогда, на выходе будет востребованный продукт, который найдет своего потребителя. Впечатлили и огромные цеха, при этом всем чувствовалась слаженность действий и порядок.



Цех предприятия “Белкоммунмаш”. Фото Яны Акулович

Выставка «Вода и тепло»

Третий этап практики – выставка «Вода и тепло» – ведущее отраслевое мероприятие Республики Беларусь, объединяющее поставщиков и производителей технологий и оборудования для качественного водо- и теплоснабжения из более чем двадцати стран. Скажем Вам честно, как только узнали, что нам придется посетить данную выставку – идти туда совсем не хотелось. Зачем специалистам по рекламе и маркетологам изучать радиаторы и смесители? Первое мнение о выставке оказалось крайне ошибочным.



Выставка “Вода и тепло”. Фото Светланы Ступчик

На выставке в небольших огороженных комнатах свою продукцию представляли как белорусские, так и иностранные фирмы разного уровня. Нас ожидало не менее интересное задание – изучить данные фирмы по трем критериям: качество работы персонала, выставочная продукция и информативность раздаточного материала.

Выводы для будущей профессии:

Переходя от комнатки к комнатке, по мелким крупцам собирая информацию выставки, для будущей профессии мы выделили несколько важных правил. Залог хорошего впечатления о компании – приятный персонал, и его готовность отвечать на любые вопросы. К сожалению, мы столкнулись с фирмами, которые показали отрицательный пример. С нами не хотели беседовать, только из-за статуса и возраста. Из-за этого сложилось отрицательное впечатление о таких фирмах, нежелание далее изучать их продукцию.



Выставка “Вода и тепло”. Фото Светланы Ступчик

Не менее важен и раздаточный материал, ведь, просмотрев огромное количество экспонатов выставки, тяжело выделить и запомнить всю необходимую продукцию. И только дома, в спокойной атмосфере, можно пролистать предоставленный буклет или журнал, освежить в памяти выставочную продукцию, и выбрать именно то, что больше всего Вам подходит. Красиво представленные, стильные, лаконичные, современные журналы и буклеты смотрится выигрышно по сравнению с другими, к таким хочется возвращаться вновь и вновь, изучая представленную продукцию.



Выставка “Вода и тепло”. Фото Светланы Ступчик

Наглядность экспонатов, возможность поближе взглянуть на устройство и работу продукции очень важно для действительно интересующихся людей и потенциальных покупателей, поэтому данный пункт ни в коем случае нельзя оставить без внимания.



Выставка "Вода и тепло". Фото Яны Акулович

Выставка оказалась очень полезной и информативной для нашей специальности, и теперь мы вряд ли упустим возможность

посетить подобные мероприятия.

Да... весна первокурсникам запомнится явно надолго. Всю полученную информацию студенты предоставили в отчетах. Приятные впечатления и маленькие мишки Кока-Колы будут греть их сердца вплоть до самого лета. Практика – прекрасный способ приобретения нового опыта и закрепления знаний, полученных на лекциях. Именно она поможет нам из простых студентов стать самыми настоящими профессионалами. Спасибо руководителям практики за предоставленную возможность посетить интересные предприятия! Ждем следующего года и новых впечатлений!

Карина Левчук и Илья Суздальев

Вторая лекция Открытого курса Студии Борового



Вторая лекция [Открытого курса Студии Борового](#) для студентов по веб-разработке и интернет-маркетингу состоится в среду (06.12.2017) в 17-45 в аудитории 332 БГУ.

О чем можно узнать на второй лекции?

- Почему веб-разработка и поисковый маркетинг – это отрасли, которая помогут освоить вам все необходимые навыки?
- Какие девять навыков необходимы менеджеру проектов?
- О чем плачут e-commerce проекты? Какие типичные трудности возникают в развитии торговых интернет-площадок и что с этим делать?

Как проходят лекции?

Открытый курс – это авторские выступления директора и сооснователя студии [Виталия Денисенкова](#). Подача материала через сторителлинг, практические примеры, опыт реальных проектов – именно это позволит максимально быстро понять предметные области знаний.

Мы будем работать в формате 30-40 минутного погружения в определенную тему и ответов на вопросы. По каждой теме студентам будут предложены дополнительные материалы для самостоятельного углубленного изучения.

После прослушивания курса студентам будет предложено выполнить практические задания. Студенты, которые пройдут весь курс и успешно справятся с тестовым заданием, получают сертификаты о прохождении первого Открытого курса Студии.

Как попасть на открытую лекцию?

Для участия достаточно зарегистрироваться по ссылке: <https://goo.gl/we33Vj>

Немного о Студии Борового

[Студия Борового](#) – 5 лет подряд компания №1 в Беларуси по разработке корпоративных сайтов и интернет-магазинов. Наша цель – найти наиболее талантливых, активных и заинтересованных студентов и в течение 3 лекций осветить 5 ключевых тем, которые считаем важными и ценными в формировании экспертизы в нашей отрасли. Делясь своим опытом, мы помогаем слушателям составить представление о практической стороне применения знаний в интернет-маркетинге и веб-разработке.

Вакансия копирайтера в Rago Media

Внимание, студенты!

Rago Media ищет Junior-копирайтера
на стажировку!



Требования!

Если ты:

- с соцсетями на “камон”;
- следишь за трендами и можешь делаешь годный контент;
- умеешь работать с графическими редакторами;
- можешь держать фотик в руках и делать продающий контент;
- потребляешь проф.контент и стремишься прокачиваться в smm и digital...

Приходи! И тебя научат всем премудростям smm, о которых ты и не догадывался.

Что получаешь:

- место в двухэтажном офисе-корабле на 21-ом этаже;
- очень красивый и интересный проект;
- ежедневную порцию годных шутеек.

Контакты:

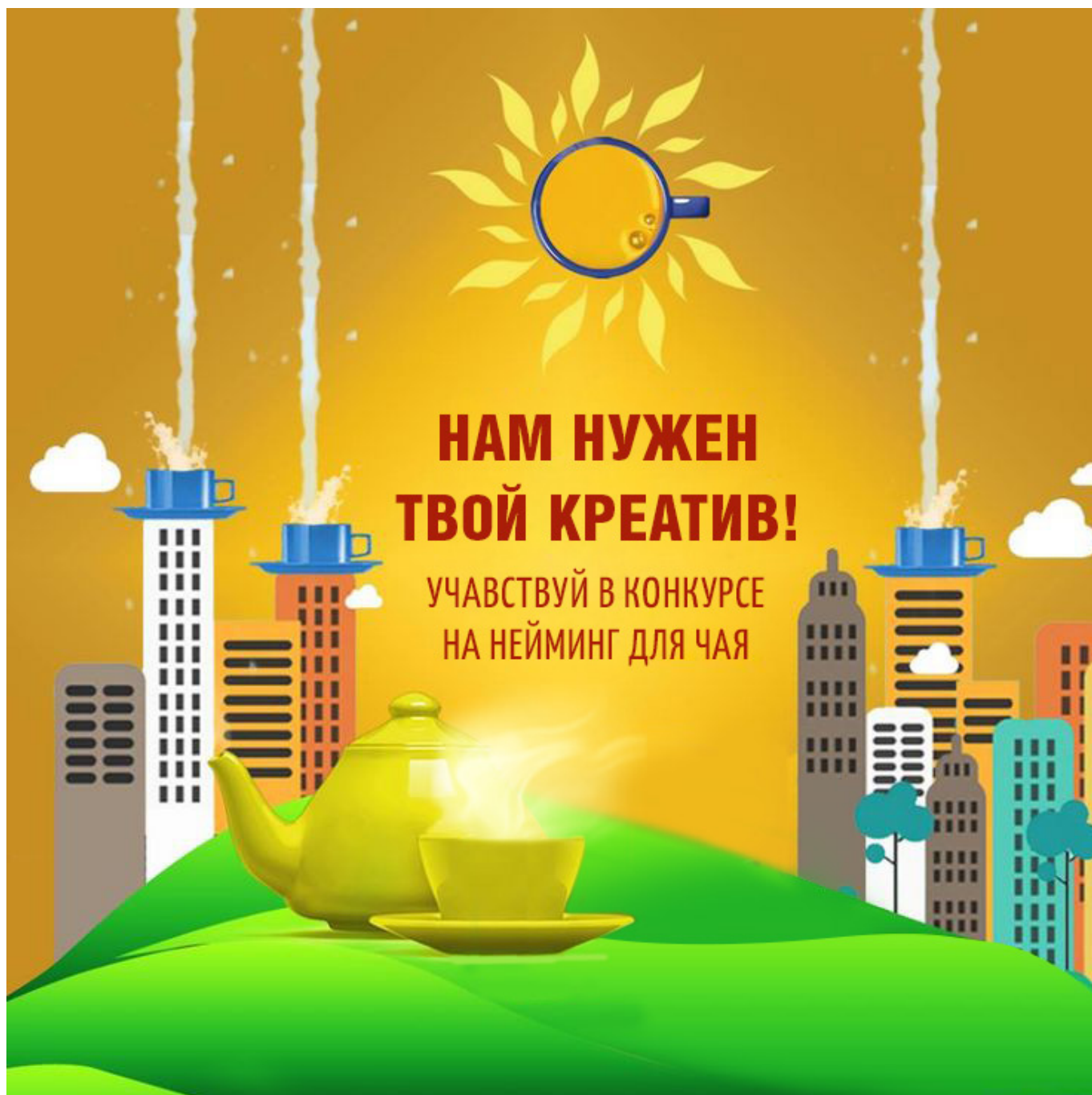
Сбрасывайте резюме и мотивашку в сообщения [сообществу](#) и за это получите фотки шикарного двухэтажного офиса с панорамным лифтом!

Конкурс на лучший нейминг для чая от “Караван”

Любишь маркетинг, но надоело лишь изучать теорию в стенах университета и хочется немного практики? Креатив твоё второе “Я” и в голове полно идей, которые так и хочется реализовать? Тогда это точно для тебя!

Конкурс на нейминг от “Караван”!

Компания «Караван» – лидер рынка в чайно-кофейном сегменте. Мы являемся не только поставщиками таких известных брендов как Lavazza, Dallmayr, Tchibo, Riston, Hyleys, Imprа, Basilur, но и производителями собственных брендов: Barista, Indian Aroma, Gutt, Fruit Line, Восточная сказка.



Задача :

Разработать нейминг и слоган для пакетированного чая экономсегмента. Потребитель чая – тот, кто не готов переплачивать за удобство пакетика с ниткой. Наш чай – народный чай!

Требования к названию:

- легко читается;
- запоминается;
- вызывает ассоциации с чаем;
- позитивное;
- современное.



Награда победителю:

1. Возможность поучаствовать в интересном проекте;
2. Пройти у практику в компании “Караван”;
3. Пополнить свое портфолио;
4. Годовой запас чая – получают 5 лучших работ, включая победителя.

Контакты:

Все работы и вопросы присылать на адрес koh@caravan.by

Работы принимаются **до 20 октября 2017.**

Результаты конкурса будут объявлены **1 ноября 2017** года. Удачи!

Практика ФМк: новый формат!

Практика ФМк или самые интересные 2 недели жизни наших первокурсников!



Когда заканчивается первый учебный год в роли студента, первокурсники в летней эйфории надеются, что теперь-то уж можно отдохнуть и наконец-то расслабиться. Не тут-то было! После горячей сессии студентов ждёт не менее горячая практика. Слово, конечно, новое и даже немного страшное, но от судьбы не уйдешь.

Итак, зачем вообще будущим маркетологам нужно тратить тёплые летние денёчки на практику? Почему студенты должны посещать предприятия и знакомиться с их деятельностью, когда можно остаться дома и отдохнуть? А ведь все не так просто. В университете во время занятий мы получаем очень много знаний (порой начинает казаться, что даже слишком много). Но выучить материал и на отлично сдать экзамен – это лишь полдела. Для того, чтобы стать настоящим профессионалом и добиться успеха в выбранном направлении, нужно уметь применять полученную информацию в реальных условиях, иначе в ней не будет никакого смысла. А это задача на уровень выше.

На первом курсе все студенты проходят через ознакомительную практику. Давайте познакомимся с тем, как это происходило раньше: испуганные словом “работа” первокурсники ищут предприятие, на котором смогут пройти две недели практики. Далее они стоически посещают данную организацию, разбираются в ее структуре, специфике деятельности и набегам на бухгалтерию либо отдел маркетинга собирают информацию, необходимую для написания отчета. Заканчивается этот праздник молодости, как правило, успешной защитой отчета и вздохом облегчения. Но сожалению, такие трудовые потуги не всегда приносят новые знания и опыт. Поэтому в этом году был выбран новый формат проведения ознакомительной практики для студентов ФМк 1 курса. А именно: вместо ежедневных налетов на фирму всего две совместные экскурсии на два разных предприятия, а в перерывах – самостоятельная работа и закрепление изученного.

Как всё прошло, мы, будущие рекламщики, сейчас вам покажем и расскажем!

РА “Белая Карона”

В качестве первого объекта для изучения было выбрано ведущее в Беларуси рекламное агентство «Белая Карона». Карона, это как белая ворона, выделяющаяся и непохожая на других. Так оно и было! «После посещения агентства и беседы с её директором Алёной Устинович сразу захотелось стать гуру в своём деле и узнать как можно больше», – именно этим предложением можно описать впечатления каждого из нас. Заходя в компанию, вы попадаете в просторный светлый офис, потом видите, что это не просто офис, а площадка для креатива. Но самым впечатляющим становятся мотивационные слова Алёны о развитии рекламы и о том, каких успехов на этом поприще можно достичь. Согласитесь, впечатлений достаточно. А желания работать ещё больше!



Группа ДМР на экскурсии в РА “Белая Карона”



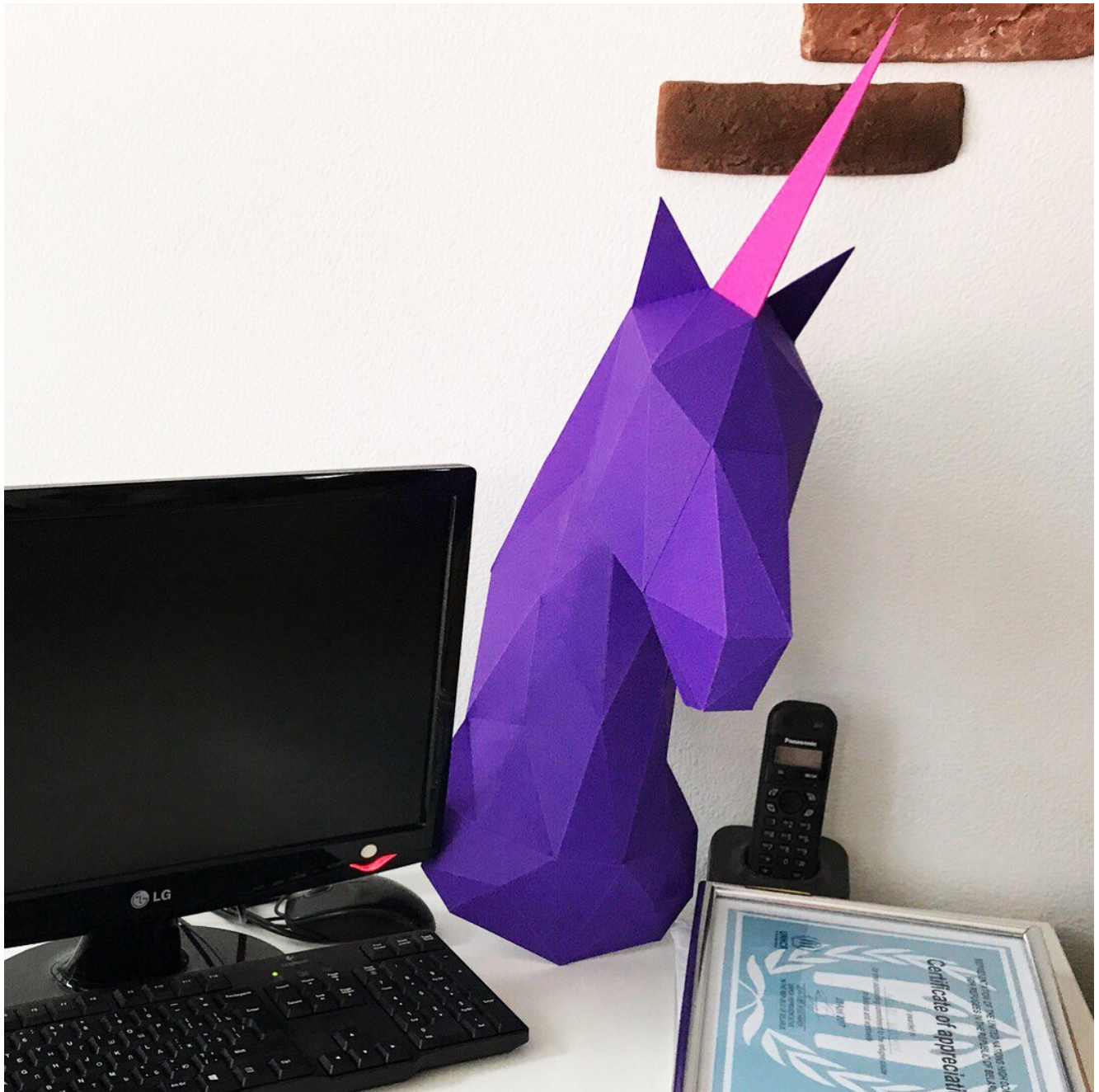
РА “Белая Карона”. В центре – Алена Устинович



РА “Белая Карона”. В центре – руководитель практики группы
ДМР- Казаченко Наталья Владимировна



Офис РА "Белая Карона"



Покоритель всех дамских сердец

ОАО “БУТБ”

После того, как были получены яркие впечатления и мощнейшая мотивация, мы были готовы покорять новые вершины. Ближайшей оказалась Белорусская универсальная товарная биржа. Биржа? Вы уверены, что нам это нужно? Ведь мы будем делать рекламу, создавать тренды, плавать в маркетинге, как рыбы в воде, и вообще будем самыми-самыми. Но все оказалось совсем не так! Деятельность биржи связана с продажами и покупками, с покупателями и продавцами. Именно поэтому будущий маркетолог

должен понимать, как этот механизм работает. И именно по этой причине мы все дружно отправились на биржу разбираться с тонкостями ее работы. Признаемся, что эмоций было меньше, чем от посещения “Белой Кароны”. Здесь не было бумажных единорогов и красивых стендов, зато сколько новых знаний. Оказывается, наша товарная биржа чуть ли не единственная в Европе, где продают и покупают товары, предназначенные для сельского хозяйства, металлообработки, промышленных нужд и деревообработки. Да, есть рыбы покрупнее, где и размер, и оборот побольше. Но все не то и все не там: в Москве, вот, специализируются на драгоценных металлах, а в Узбекистане вообще на нефти. А у нас вот так, как оно есть, и этим мы уникальны. Настоящим сюрпризом стало то, что брокеры больше не сидят в битком набитых залах, ведь современные технологии позволяют работать дистанционно.



ОАО “БУТБ”



Группа ДМР на экскурсии в ОАО "БУТБ"



ОАО "БУТБ"



ОАО “БУТБ”

Центр управленческих решений Sarmont

Студенты других групп также посетили не менее интересные организации! Одной из них стала Группа компаний SARMONT, которая занимается проведением маркетинговых исследований, разработкой на их основе стратегии продвижения компании и последующим созданием рекламы. Руководителем и основателем ГК SARMONT является выпускница ФМк Дарья Сармонт, которая была рада поделиться накопленными знаниями и навыками с будущими коллегами.

После посещения SARMONT ребята узнали больше о практической стороне маркетинга, изучили организационную структуру предприятия и узнали, что хорошая реклама не обязательно должна быть дорогой.

[Прямая трансляция](#) встречи от [Дарьи Сармонт](#).



Группа ДМЦ на экскурсии в центре управленческих решений Sarmont



Центр управленческих решений Sarmont



Центр управленческих решений Sarmont

Как вы думаете, стоит ли сделать подобный формат практики традиционным или лучше вернуться к проверенному варианту? Студенты 1 курса ФМк уверены в успешности новой модели. По мнению ребят так удастся избежать монотонной работы и получить не только новые знания, но и новые эмоции. К тому же, разве есть лучшая мотивация, чем собственными глазами увидеть, чего можно добиться в реальном мире, правильно используя полученные знания.

Алеся Сидорук

Вакансии в УП “РАЛАДОС”, которые ждут именно тебя!

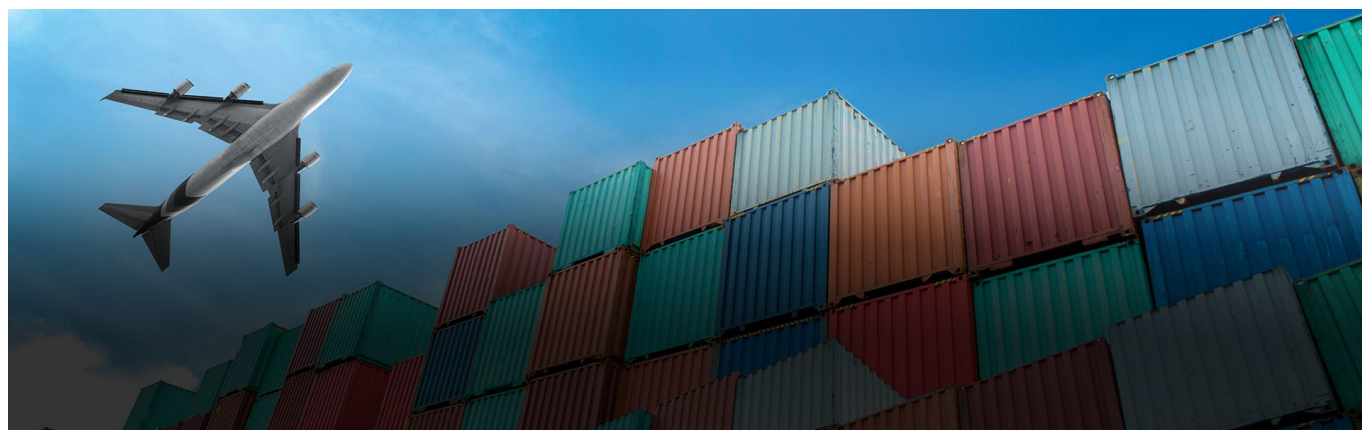
Уважаемые студенты и выпускники!

**У нас есть для Вас 2 замечательные
вакансии в УП “РАЛАДОС”**



О компании:

Унитарное предприятие “РАЛАДОС” успешно работает на рынке транспортно-экспедиционных услуг с 1998 г. За весь период деятельности мы приобрели богатый опыт в оказании комплекса услуг, необходимых для транспортировки грузов по схеме «от двери до двери». Наша задача – максимально освободить заказчика от решения вопросов, связанных с доставкой его груза.



Главными отличительными чертами работы УП “РАЛАДОС” являются:

- Высокая организованность;
- Профессионализм;
- Ответственность;
- Оперативность сотрудников предприятия;
- Сильный командный и партнёрский дух.

Трудоустройство после окончания вуза, поиск работы, планирование своей профессиональной карьеры – вот те проблемы, с которыми приходится сталкиваться молодым людям, которые получили диплом о высшем образовании. УП “РАЛАДОС” готово содействовать выпускникам в решении данной проблемы.

Вакансии в УП “РАЛАДОС”:

Компания “РАЛАДОС” приглашает студентов и выпускников специальностей транспортная логистика и маркетинг на следующие вакансии:

1. Помощник экспедитора транспортного;
2. Экспедитор транспортный.

Также готовы рассматривать варианты прохождения ***преддипломной практики*** с последующим трудоустройством!

Требования к кандидату:

- Целеустремлённость;
- Коммуникабельность;
- Ответственность;
- Знание иностранных языков (это даст Вам огромное преимущество);
- Желание работать и развиваться.

Контакты:

- E-mail: ralados@ralados.by;

- Почтовый адрес: 220138, г.Минск, пер.Липковский, 12, оф. 214;
 - Для уточнения подробностей либо для получения дополнительной информации связываться с первым заместителем директора УП “РАЛАДОС” Кандрашовой Ольгой Владимировной (+375172760796).
-

Вакансия маркетолога в ТехноНИКОЛЬ

**Уважаемые студенты, открыта
вакансия маркетолога в ТехноНИКОЛЬ!**



0 компании:

Торговая Сеть [ТехноНИКОЛЬ](#) – это профессиональный поставщик строительных материалов. Они являются частью Корпорации ТехноНИКОЛЬ – крупнейшего в Европе производителя кровельных,

гидроизоляционных и теплоизоляционных материалов.

Компания с радостью примет в свой дружный коллектив аналитика-маркетолога!

Функции аналитика-маркетолога:

- Установление цен на материалы;
- Управление ценообразованием;
- Анализ маржинальной доходности;
- Понимание, где нужно увеличить цену для повышения маржи;
- Формирование каталога продукции;
- Управление каталогом в 1С;
- Анализ конкурентной среды.

Требования к кандидатам:

- Аналитический склад ума;
- Внимательность;
- Высокая скорость работы;
- Желание содействовать развитию компании.

ТехноНИКОЛЬ высоко ценит компетентных сотрудников, им нужны целеустремленные, ответственные, инициативные, настойчивые и честные люди!

Контакт по вопросам трудоустройства

Наталья, помощник директора

Тел: 8 801 100 82 82

E-mail: sales@tnbel.by

Практика на TUT.by для маркетологов

Ты молод, амбициозен и хочешь развиваться?



Работа TUT.by приглашает студентов пройти летнюю производственную практику!

Кого будут рады видеть: студентов 2 и 3 курсов факультета маркетинга и логистики Белорусского государственного экономического университета.

Возможное время для прохождения практики: июнь – август 2017 г.

Уважаемые студенты!

Если вы хотите пройти практику по специальности в дружной компании “ТУТ БАЙ МЕДИА” и готовы пройти конкурсный отбор, то не теряйте время!

По итогам прохождения практики будут предоставлены рекомендательные письма.

Записаться на собеседование и узнать больше информации можно по e-mail: a.shagun@hh.by и тел.: [+375 44 718-76-13](tel:+375447187613).

Контактное лицо: Анна Шагун, PR-менеджер РАБОТА TUT.by.



Студия Борового ищет новых сотрудников



**СТУДИЯ
БОРОВОГО**

Студия Борового приглашает!

Студия Борового – последние 6 лет веб-разработчик №1 в Беларуси. Мы лучшие по версии комплексного Рейтинга Байнета, а также лучшая, а часто и единственная белорусская компания в российских рейтингах CMSMagazine.ru, Tagline.ru и Ruward.

У нас открыты следующие позиции:

1. Ассистент менеджера проектов

Текст вакансии: <https://goo.gl/SRsYeY>

В вакансии подробно описан профиль опытного РМ-а. Если вы соответствуете на 100% по духу и хотя бы на 30% по навыкам и опыту – присылайте резюме на hr@db.by с копией svetlana@db.by с темой “Ассистент менеджера проектов”.

2. Аккаунт менеджер в отдел поискового маркетинга (SEO)

Текст вакансии: <https://goo.gl/kKD8dt>

Аккаунтом в SEO стать немного проще, чем РМ-м в разработке. Если интересен поисковый маркетинг, умеете общаться с клиентами, ответственны и готовы учиться – присылайте резюме на hr@db.by с копией lida@db.by с темой “Аккаунт менеджер”

3. Младший SEO-специалист (стажёр)

Текст вакансии: <https://goo.gl/qA8Yx9>

В вакансии достаточно хорошо описано, кто нам нужен. Если профиль вам близок – присылайте резюме на hr@db.by с копией lida@db.by с темой “Младший SEO-специалист”

Постоянные клиенты Студии: Уральский банк реконструкции и развития, ФК Зенит, Твоя Столица, БелЖД, Hoster.by, БПС-Сбербанк, Туссон, Нацыянальны акадэмічны тэатр імя Янкі Купалы, Виталюр, Белгазпромбанк, Альфа-Банк, Криница, Банк Решение.

Становитесь частью крутой команды! Практика и распределение возможны.

Мы возьмем на работу как студентов 4-го курса, так и выпускников.

Спасибо!

С уважением,
Виталий Денисенков,
директор Студии Борового