

Первая лекция проекта ZEBRA на ФМк – как это было

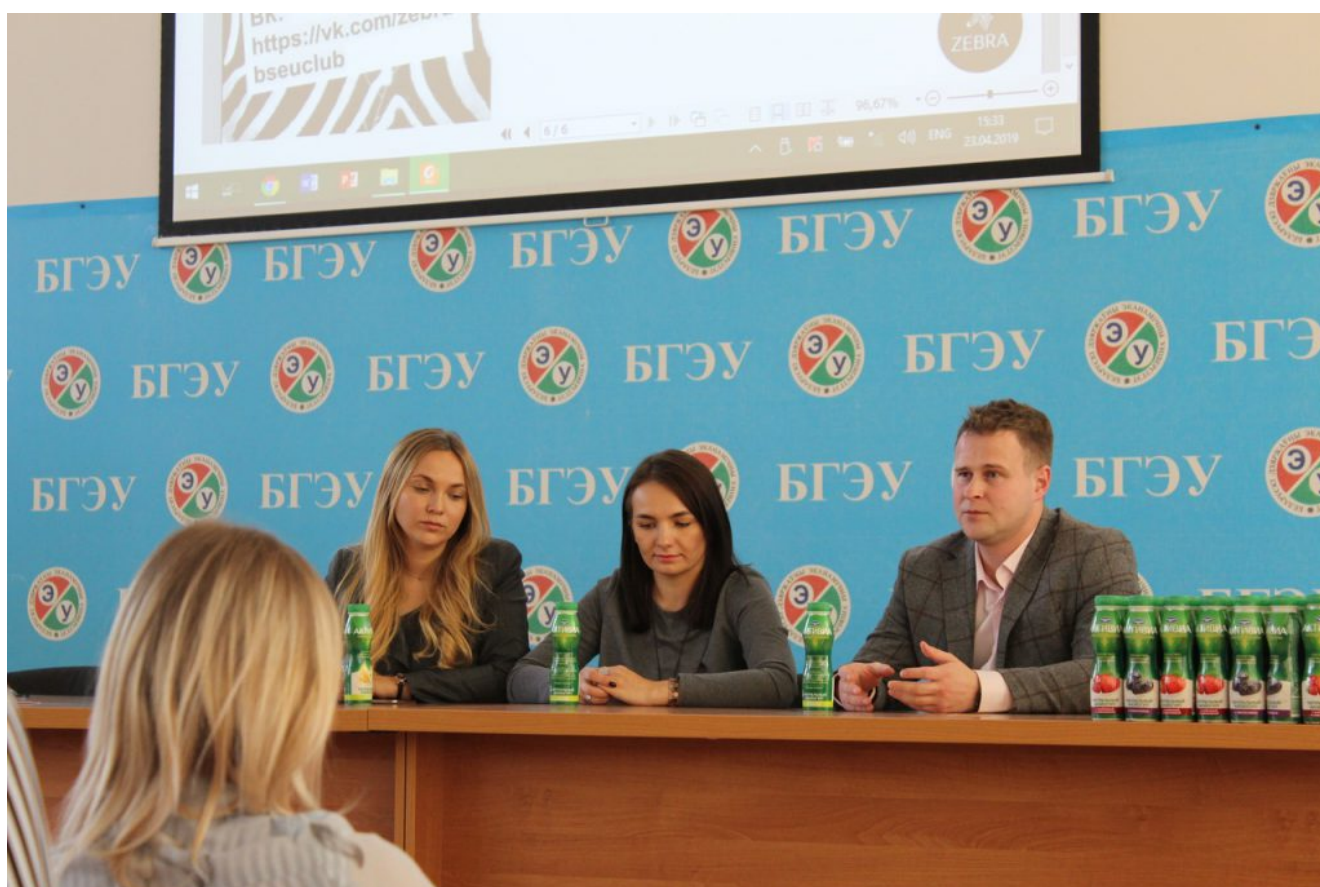
ZEBRA – это образовательная платформа на базе ФМк БГЭУ. Главными организаторами и идейными вдохновителями являются [Аня](#) и [Рената](#), студентки группы ДМР 3 курса. Суть проекта в том, чтобы создать платформу для развития студентов и абитуриентов, где будут проводиться мастер-классы и кейс-турниры с известными спикерами и партнерами ZEBRA. Организаторы хотят, чтобы *студенты развивались не только в рамках своей специальности, но и сфере бизнеса и культуры.*

Пилотный запуск проекта состоялся 23 апреля 2019 года. Генеральным партнёром выступила компания [Danone](#).



Ну, как всё прошло?

На первую встречу со слушателями были приглашены создатели таких проектов, как [Gastrofest](#) и “[Песочница](#)”. Последняя, к слову, считается лучшей в номинации “Локация года-2018” по версии новостного портала TUT.by и жителей Минска. Итак, встречайте, Ольга, Евгения и Станислав – это именно те люди, которым принадлежит идея создания и сама реализация этих двух проектов.



Спикеры ZEBRA. Слева направо: Ольга, Евгения, Станислав.

История создания Gastrofest и “Песочницы” – это именно тот случай, когда главное начать. Ведь каждый большой путь начинается с первого маленького шага. И путь этот невозможен без трудностей и приключений. Чего только стоило превратить площадку бывшего завода “Горизонт”, изначально похожую на свалку, в место, куда ежедневно будут приходить сотни человек. Только подумайте, один лишь металлолом оттуда вывозили целых 2 недели.

Не обошлось и без казусов. Например, местный сторож Толик настолько сильно не хотел покидать территорию завода, что начал придумывать разные байки. Так площадка обзавелась оригинальными легендами об обвалах конструкций, ямах, приведениях и прочей нечисти. Или история о новогодней ёлке. Под новый Год было заказано дерево высотой аж 4 метра. Только когда его привезли на площадку, оказалось, что эти 4 метра в масштабах территории выглядят весьма скромно.

Вряд ли где-то, как ни из первых уст, можно узнать о дальнейших планах или о том, как попасть в команду. А попасть, к слову, достаточно просто. Для этого вам нужно быть инициативным, готовым работать и написать в [Instagram-аккаунт](#) “Песочницы”.



Сама по себе “Песочница”, от идеи до реализации – это чистой воды действие. Во многом авантюрное. Главный посыл в том, что пока ты сидишь и думаешь, что у тебя не получится, вместо тебя это сделают другие. И сделают хорошо. Поэтому в этом случае

как никогда актуальны призывы к действию вместо мыслей о том, что может получиться, а что нет.

Вот я иногда думаю: “Мне нужно позвонить, нужно встретиться с партнёрами, нужно обсудить то, то и то”. Почему? Не нужно позвонить, а бери и звони. Просто бери и делай.

Слышите? Просто берите и делайте, и всё получится. Мы в вас верим.



Хватай копытце и следуй за ZEBRA

Какие планы на будущее? О, самые грандиозные! Прежде всего, создатели ZEBRA хотят вывести свой проект на высокий качественный уровень. Что ж, начало положено. Этот проект является наглядным примером того, что наше будущее в наших же руках. Как только приходит понимание того, что это не нас учат, а мы учимся, что это не преподаватели дают нам информацию, а мы сами берем ровно столько, сколько нам нужно,

всё меняется.



Итак, что в дальнейшем ждёт вас, если вы присоединитесь к ZEBRA:

- Возможность выступить самим и донести информацию широкой аудитории.
- Дискуссии, обсуждения, ответы на вопросы.
- Выступления известных представителей белорусского бизнеса.
- Кофе-брейки.
- Кейс-турниры и подарки от спонсоров.

Оставайтесь с нами, чтобы больше узнать о контрастном мире предпринимательства, научиться чему-то новому и завести новые и полезные знакомства. Будет интересно, обещаем.

ZEBRA в социальных сетях: [VK](#), [Instagram](#).

Если вы были на первой лекции, проекту крайне важна обратная связь. Пожалуйста, пройдите [опрос](#).

Сделано с любовью совместно с кафедрой промышленного маркетинга и коммуникаций.

Текст – Алеся Сидорук.

Фотографии – Екатерина Хохлова.

Конкурс сайтов БГЭУ: ФМк всегда в лидерах!

Подведены итоги ежегодного смотра-конкурса на лучший сайт факультета. Наш сайт никогда не уступал место на пьедестале и сейчас в числе победителей. Поздравляем и благодарим всех, кто трудился ради такого высокого результата! Ведь за чуть более чем два года существования сайта мы уже трижды побеждали в этом конкурсе.



Сегодня мы стали примером для всех факультетов, нас читают, за нами следуют, нам подражают. А это путь лидера, которого всегда оценивают строже остальных. Это дает нам возможность становиться еще лучше. Когда дует сильный ветер, молодое дерево гнется к земле, но не ломается. Когда дерево

превращается в могучий дуб, ему не страшен ни один ураган. Мы быстро растем и все меньше обращаем внимание на ветер.

Чем мы гордимся?

Для гордости всегда должен быть повод. Чем можем гордиться мы? Тем, что объединяем творческих, талантливых ребят, которые каждый раз удивляют новыми идеями и статьями. Все материалы на сайте публикуются и готовятся студентами, а уникальные рубрики позволяют нам быть самостоятельным и неповторимым ресурсом.

Одной из самых популярных и востребованных рубрик сайта ФМк является раздел [Истории выпускников](#), который посвящен тем, кто уже получил диплом и сейчас реализует на практике полученные знания. Здесь каждый сможет получить объективное представление о специальности и убедиться в высоком качестве образования, предоставляемого на ФМк. Рубрика [Идеи стартапов](#) содержит самые креативные проекты студентов, некоторые из которых нашли свое отражение в реальном бизнесе. В рубрике [Наука ФМк](#) вы всегда увидите свежие новости о конференциях, форумах, семинарах, в которых участвуют и побеждают наши студенты. А немного отвлечься от учебы поможет [Забор ФМк](#), где публикуются фотообзоры с акций и мероприятий, а также поздравления с праздниками. Ищете [стажировку](#) или [вакансию](#)? Сайт ФМк поможет! Контент ресурса сформирован таким образом, чтобы быть интересным и полезным для всех групп целевой аудитории: абитуриентов и их родителей, студентов и преподавателей, работодателей.



Что отличает сайт ФМк от остальных? Конечно то, что мы публикуем самые качественные и интересные обзоры со всех университетских конкурсов, таких как [Виват первокурсник](#), [Осенний марафон](#), [Мисс БГЭУ](#), [Студент года](#) и [Студвесна](#). Пропустили мероприятие, но хотите быть в курсе событий? Скорее заходите на сайт и читайте актуальный обзор.

Авторские обзоры с мероприятий, публикуемые на сайте, часто можно встретить и на страницах университетской газеты, чему мы искренне радуемся и чем по-настоящему гордимся. На авторитетных интернет-ресурсах зачастую можно встретить ссылки на материалы сайта. Множество репостов, лайков и комментариев наращивают наш социальный капитал и делают сайт факультета по настоящему популярным. Ведь если нас цитируют, значит признают полезность ресурса. А сотни тысяч просмотров статей, прочтенных от первой до последней строчки, лишь подтверждают это. На наш взгляд – это лучший повод гордиться своей работой.

Команда сайта факультета

Самое главное в любой работе – это люди, которые ее выполняют. Ведь только от их усердия, настойчивости, таланта и старания зависит конечный результат. Редакторы сайта ФМк всегда находятся в центре событий, это те люди, которые на Студвесне успевают не только хлопать и поддерживать свой факультет, но и делать пометки в блокнот. Это молодые журналисты, которые

смогут взять интервью между репетициями, а ночью уже опубликовать готовый материал. Мы подыскиваем для каждой статьи новые идеи, чтобы постоянно удивлять своих читателей.

Редакторы сайта ФМк



Евгения Ащеулова

Евгения Ащеулова – главный редактор сайта ФМк. Женя как никто другой знает, что такое режим многозадачности. Когда тебе необходимо знать, кто напишет обзор с мероприятия, ввести в курс дела новых ребят-редакторов, да еще успеть и на студсовете отметиться. Работа руководителя всегда самая сложная и ответственная, к ней необходимо подходить со всей серьезностью и пониманием, только так можно достичь хорошего результата.



Ирина Сергеенко



Максим Баранов

Ирина Сергеенко – автор многочисленных интервью, которые отличаются своей логикой, правильностью построения разговора и неординарностью вопросов. Любите просматривать истории ФМк в Instagram? Многие из них – дело рук и креативного мышления Ирины. Ответственная, аккуратная, внимательная и очень творческая Ира – настоящий герой сайта ФМк. Что позволяет ей становиться профессионалом? Упорная работа над собой, готовность прислушиваться к советам и невероятное трудолюбие!

Максим Баранов – человек, который в курсе всех стажировок и вакансий, размещаемых на сайте. Он заранее узнает расписание спортивных мероприятий и соревнований, чтобы своевременно

разместить информацию о них. Хотите поучаствовать в научном конкурсе? А Максим уже сделал новость с условиями, сроками подачи документов и рекомендациями. Именно Максим дарит девушкам самые теплые и весенние поздравления с 8 марта со страниц нашего ресурса.



Алеся Сидорук



Карина Левчук

Алеся Сидорук – молодой и очень талантливый журналист, который так здорово вписался в нашу дружную команду редакторов. Алеся размещает на сайте обзоры, новости, объявления, а также информацию про общежитие и все активности, которые в нем проходят. Интервью, которые готовит Алеся, невозможно не

дочитать до конца. А это точно признак большого таланта! Путь от новичка до полноценного члена команды в кратчайшие сроки – вот особенность этой девушки.

Карина Левчук – автор уникальных интервью со студентами ФМк. Именно Карина сумела подстроиться под расписание репетиций и узнать больше остальных о Веронике Адамович – победительнице конкурса Королева Весна – 2018. Только ей одной известно, насколько это было трудно. Благодаря Карине и Илье Суздальеву мы знаем, как прошла первая практика у студентов 1-ого курса ФМк. Очень хотим и будем стараться, чтобы на сайте появлялось как можно больше статей, написанных Кариной, ведь талант скрывать нельзя.



Екатерина Путинцева



Татьяна Путинцева

Екатерина Путинцева и Татьяна Путинцева. Мы с сестрой – одни из первых редакторов. Сайт появился в конце 2015 года, а с февраля 2016 мы начали публиковать свои первые статьи. Сначала это были фотообзоры с мероприятий Профбюро ФМк – с 1 по 4 курс мы были в составе Профбюро факультета, поэтому знали о всех мероприятиях больше остальных, так как сами их и организовывали. Потом начали размещать все больше и больше новостей или объявлений, которые не касались работы в активе ФМк. Журналистика всегда была нашим хобби, но, закончив школу, мы с Катей его забросили. Сайт вернул возможность писать и делиться своим мнением с остальными. А это, поверьте, очень много! Помню длинные и громкие споры на кафедре о том, что нам нужна галерея, а несколько уже существующих разделов вполне можно и опустить, пользы то от них нет. И спокойные, наполненные доказательствами слова Андрея Александровича о том, что нельзя что-то рубить с плеча. А дальше было введение рубрики Идеи стартапов, которую мы с Катей вели практически вдвоем. После нее появилась рубрика Истории выпускников, которую также взяли курировать мы. Писать обзор с Осеннего марафона или Студвесны до трех ночи, только чтобы опубликовать его раньше других студенческих СМИ – обычное дело. Но самым приятным всегда были отзывы на наши авторские статьи, например, интервью с выпускниками ФМк. Невероятное чувство внутреннего подъема, когда тебе пересылают ссылку с

комментарием “Восхитительно!”, невозможно передать словами. Когда ты каждый день работаешь над большим и ответственным проектом, начинаешь понимать его лучше остальных. Поэтому совсем нетрудно объяснить, зачем был [создан сайт ФМк](#). Для гордости всегда должен быть повод. На протяжении трех последних лет наш ресурс – абсолютный лидер среди сайтов остальных факультетов. Этим стоит гордиться!

Отдельные слова благодарности и признательности хотим сказать [Цыганкову Александру Александровичу](#), декану факультета, и [Гуртовому Андрею Александровичу](#), руководителю [СНИЛ PR](#), за невероятную поддержку, помощь и ценные советы. За то, что даете возможность самореализации, свободу деятельности и принятия решений. За то, что с каждым днем мы становимся лучше, увереннее и целеустремленнее. Обещаем не останавливаться на достигнутом, двигаться только вперед, покоряя очередные горы.

ФМк поздравляет всех победителей Конкурса на лучший сайт среди факультетов БГЭУ! Мы всегда рады участвовать и побеждать в честной игре с достойными соперниками. Мы знаем свою цену и продолжаем работать на неизменно высокий результат.

Путинцева Татьяна

[Студенты ФМк: Победители форума “PR-цветка 2018”](#)

С 28 по 30 марта прошел уже в 11-ый раз Международный коммуникационный [форум “PR-цветка 2018”](#) на базе Института журналистики БГУ. С каждым годом все больше и больше студентов, выпускников и молодых специалистов стремятся принять участие в форуме. Однако к очной защите допускаются

только лучшие и наиболее проработанные проекты.

В этом году программа “PR-цветки” состояла из очной защиты конкурсных работ в двух секциях: коммерческих и некоммерческих проектов, а также из мастер-классов и дебатов с участием приглашенных гостей.

Студенты БГЭУ также приняли активное участие в международном форуме. От БГЭУ было подано несколько заявок на участие, однако в финал конкурса оказалась лишь одна работа, которую выполнили магистрантки [кафедры Промышленного маркетинга и коммуникаций](#), участницы [Студенческой научно-исследовательской лаборатории “PR”](#) – Путинцева Екатерина и Путинцева Татьяна.



Путинцева Татьяна и Путинцева Екатерина (финалисты и победители форума PR-цветка 2018)


Подробнее о проекте

Девушки представили свой проект “Совершенствование инструментов продвижения интернет-версии ИПС “Эксперт”. В работе была проанализирована деятельность компании, ее экономические показатели эффективности, а также используемые

инструменты продвижения. Да-да, умение считать и быть с корреляционно-регрессионным анализом на “ты” может дать небывалые результаты. На основе полученных данных текущего состояния компании, детального анализа портфеля продукции и особенностей целевой аудитории предприятия, Татьяна и Екатерина представили готовый комплекс продвижения информационно-правовой системы по законодательству Республики Беларусь (on-line версия [ИПС “Эксперт”](#)) на рынок. Однако каждый маркетолог знает, что мало только сформировать релевантный для товара комплекс коммуникационных инструментов, для проекта жизненно необходимо просчитать его эффективность еще на стадии разработки. Поэтому отдельное внимание конкурсанты уделили анализу эффективности предлагаемых мероприятий по продвижению товара. Полученные результаты были систематизированы и представлены жюри на конкурсе “PR-цветок 2018”.

Итоги конкурса

Отметим, что независимое жюри конкурса высоко оценило проект Екатерины и Татьяны. Специалисты особо выделили детальный экономический анализ и актуальность проекта. Это и обусловило то, что проект занял почетное 2-ое место на международном форуме.

ХІ МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ОТКРЫТЫЙ СТУДЕНЧЕСКИЙ
КОММУНИКАЦИОННЫЙ ФОРУМ **PR** 
КВЕТКА

СЕКЦИЯ КОММЕРЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ

ПРОЕКТ
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ
ИНСТРУМЕНТОВ ПРОДВИЖЕНИЯ
ИНТЕРНЕТ-ВЕРСИИ ИПС «ЭКСПЕРТ»

ЕКАТЕРИНА ПУТИНЦЕВА
ТАТЬЯНА ПУТИНЦЕВА

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

2 МЕСТО

ЗАВЕДУЮЩАЯ
КАФЕДРОЙ ТЕХНОЛОГИЙ
КОММУНИКАЦИИ ИЖ БГУ

ДИРЕКТОР ИНСТИТУТА
ЖУРНАЛИСТИКИ БГУ



И.В. СИДОРСКАЯ

С.В. ДУБОВИК

Такой высокий результат еще раз доказывает профессиональную подготовку студентов Факультета маркетинга и логистики, их

конкурентоспособность среди учащихся различных вузов. Поэтому учитесь считать, думать, ловить интересные идеи и воплощать их в жизнь. Стремитесь к новым победам и не сдавайтесь, даже если конкуренты ставят палки в колеса!

P.S. Родной ФМк поздравляет Таню и Катю с замечательной победой и желает девушкам идти только вперед, не оглядываясь назад. Дальше больше!

Сайт ФМк: итоги 2017 или почему маркетолог верит только фактам?

Близится к завершению 2017 год, а это значит, что пора подводить итоги нашей совместной работы. Сайт ФМк работает без праздников и выходных вот уже 2 года и каждый день радует своих читателей свежими новостями не только из студенческой жизни, но и профессиональной маркетинговой сферы. Мы стараемся освещать наиболее интересные события из жизни факультета, своевременно доносить важную информацию для абитуриентов, студентов, преподавателей вуза и потенциальных работодателей, сообщать о новостях и основных трендах в маркетинге.

Давайте же подведем итоги уходящего года!

Максимальный охват целевой аудитории

В целевую аудиторию сайта факультета входят не только студенты (как это может показаться с первого взгляда неопытному пользователю). Помимо учащихся мы предоставляем информацию для

абитуриентов, их родителей, сотрудников вуза, а также для потенциальных работодателей, которые заинтересованы в найме квалифицированных специалистов. Удовлетворяем ли мы потребности каждой группы своих потребителей? Вместо слов обратимся к цифрам, ведь они убеждают гораздо сильнее, чем внутренняя интуиция.

Одним из лидеров по посещаемости является страница с описанием специальностей Факультета маркетинга и логистики БГЭУ. Что это значит? Конечно же то, что абитуриенты или их родители активно интересуются информацией касательно предлагаемых образовательных услуг, а еще то, что мы отлично справляемся с удовлетворением их потребности.

<input type="checkbox"/>	Страница [?]	Просмотры страниц [?] ↓	Уникальные просмотры страниц [?]	Средняя длительность просмотра страницы [?]
		170 476 % от общего количества: 100,00 % (170 476)	126 958 % от общего количества: 100,00 % (126 958)	00:01:56 Средний показатель для представления: 00:01:56 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	1. /	49 961 (29,31 %)	31 581 (24,88 %)	00:01:44
<input type="checkbox"/>	2. /on-line-сервисы/заказ-справки-обучающемуся/	8 490 (4,98 %)	4 208 (3,31 %)	00:02:30
<input type="checkbox"/>	3. /юлия-лос-человек-бренд-выпускница-фмк/	2 286 (1,34 %)	2 087 (1,64 %)	00:06:26
<input type="checkbox"/>	4. /абитуриенту/специальности/	2 113 (1,24 %)	1 730 (1,36 %)	00:01:23
<input type="checkbox"/>	5. /самые-теплые-пожелания-в-день-рождения/	2 025 (1,19 %)	1 831 (1,44 %)	00:04:49
<input type="checkbox"/>	6. /общезитие-фмк-бгэу/	1 889 (1,11 %)	1 347 (1,06 %)	00:02:29
<input type="checkbox"/>	7. /абитуриенту/фмк-глазами-студентов/	1 850 (1,09 %)	1 527 (1,20 %)	00:01:17
<input type="checkbox"/>	8. /статьи/новости-фмк/	1 587 (0,93 %)	1 187 (0,93 %)	00:00:44
<input type="checkbox"/>	9. /google-объявляет-набор-на-программу-the-graduate/	1 358 (0,80 %)	1 224 (0,96 %)	00:04:36
<input type="checkbox"/>	10. /статьи/объявления/	1 304 (0,76 %)	999 (0,79 %)	00:00:52

Итоги 2017 года: посещаемость страниц сайта ФМк

Рассмотрим сведения о возрастных категориях пользователей

сайта ФМк. Средний возраст студента вуза колеблется в диапазоне от 17 до 22 лет. Следовательно, люди старшего возраста будут относиться к таким группам целевой аудитории сайта как «родители абитуриентов», «сотрудники вуза» и «потенциальные работодатели». Представленные данные наглядно показывают, что 51,89% наших пользователей, а это более половины, ощутимо старше студенческого возраста. Весьма вероятно, что среди посетителей сайта, есть и абитуриенты, однако ввиду политики Google статистику о возрастной категории до 18 лет просмотреть не представляется возможным.

Детальная статистика о поведении пользователей показывает, что наибольшее время на сайте проводят посетители в возрастном диапазоне 25-34 и 35-44, а среди них безусловно есть выпускники, которые не теряют связи с факультетом и присматривают себе помощников, родители абитуриентов и конечно работодатели. Они как и наши студенты демонстрируют устойчивый спрос на генерируемый инфопоток. Не это ли лучшее подтверждение того, что мы удовлетворяем интересы всех групп целевой аудитории?!

Возраст ?	Источники трафика			Действия		
	Сеансы ? ↓	Новые сеансы, % ?	Новые пользователи ?	Показатель отказов ?	Страниц/сеанс ?	Сред. длительность сеанса ?
	39 173 % от общего количества: 53,48 % (73 252)	44,98 % Средний показатель для представления: 51,43 % (-12,54 %)	17 621 % от общего количества: 46,77 % (37 674)	63,50 % Средний показатель для представления: 62,04 % (2,36 %)	2,32 Средний показатель для представления: 2,33 (-0,23 %)	00:02:45 Средний показатель для представления: 00:02:35 (6,54 %)
1. 18-24	18 843 (48,10 %)	37,12 %	6 994 (39,69 %)	60,99 %	2,30	00:02:20
2. 25-34	13 034 (33,27 %)	48,65 %	6 341 (35,99 %)	65,10 %	2,41	00:03:26
3. 35-44	4 385 (11,19 %)	55,90 %	2 451 (13,91 %)	66,64 %	2,29	00:03:00
4. 45-54	1 724 (4,40 %)	64,44 %	1 111 (6,30 %)	69,95 %	2,09	00:01:48
5. 55-64	889 (2,27 %)	62,43 %	555 (3,15 %)	64,79 %	2,11	00:01:59
6. 65+	298 (0,76 %)	56,71 %	169 (0,96 %)	64,77 %	2,44	00:02:36

Итоги 2017 года: возраст пользователей сайта ФМк

Работа на результат

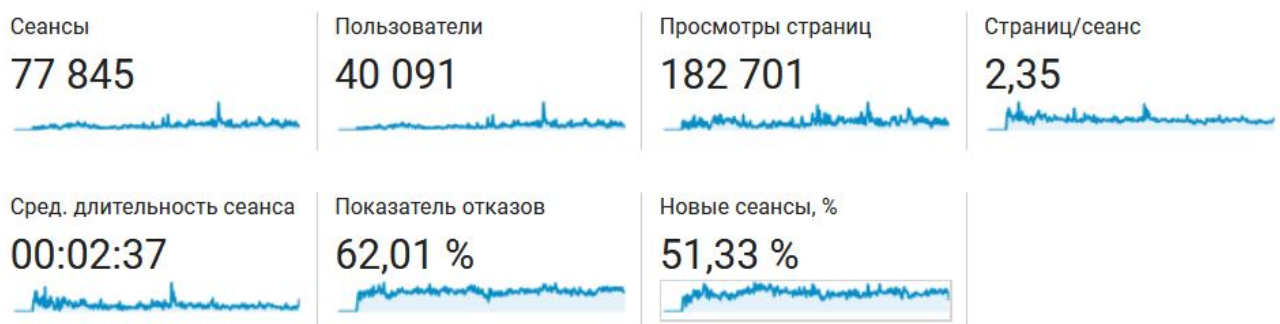
Сайт ФМк безусловно работает на продвижение образовательной услуги, то есть качественного маркетингового образования. Как мы достигаем поставленной цели? Ответ гораздо проще, чем вы думаете – с помощью контента нашего интернет-ресурса. А именно:

1. Рубрика [Истории выпускников](#) может убедить даже самого упрямого скептика, что ФМк занимается подготовкой настоящих профессионалов своего дела. Статьи из этой рубрики интересно почитать не только студентам, которые могут посмотреть, чего добились их предшественники, но и абитуриентам и их родителям, которые на живом примере могут убедиться в перспективности маркетингового образования и сделать правильный выбор при поступлении. Сотрудники вуза, читая о достижениях учеников, в очередной раз убеждаются в своей высокой компетенции и видят результат проделанной работы. Разве не здорово?!
2. Рубрика [Идеи стартапов](#), которая рассказывает о самых ярких, интересных и перспективных проектах студентов, которые между прочим находят свою реализацию в реальном бизнесе (проект [Бабушкин чеснок](#) и [Eat me](#)).
3. Информационные статьи с образовательным контентом, например, результаты и полное содержание международной образовательной программы [Google The Graduate 2017](#), где студенты ФМк не только участвуют, но побеждают, или обзоры лекций ([часть 1](#) и [часть 2](#)) по интернет-маркетингу от Digital Beards.
4. Постоянные новостные статьи с приглашениями пройти [стажировку](#), помочь с организацией профессиональных мероприятий в качестве [волонтера](#) или посетить открытые лекции с представителями бизнеса для повышения уровня подготовки студентов. Компании сами связываются с администрацией факультета или редакторами сайта с просьбой разместить данную информацию.

Доверяем только фактам

Хороший маркетолог и тем более экономист в своих утверждениях всегда должен полагаться на результаты исследований и реальные количественные показатели, ведь только на основании этой информации можно принять на самом деле объективное и правильное решение. Что же говорят нам цифры на конец 2017 года?

180 тысяч сеансов – 40 тысяч пользователей – средняя длительность сеанса 2,5 минуты – количество просмотренных за сеанс страниц 2,35 – 51,33% новых сеансов.



Итоги 2017 года: количественные показатели работы сайта ФМк

[1 место](#) в рейтинге факультетов и структурных подразделений УО БГЭУ, рассчитанный по методике «Webometrics» проекта «Webometrics Ranking of World Universities», которое мы успешно удерживаем весь 2017 год.

[1 место](#) в смотре-конкурсе среди факультетов УО БГЭУ за 2016-2017 учебный год в номинации «Лучший сайт факультета».

Так можно ли сказать, что выбранная схема продвижения сайта ФМк оправдывает ожидания и приносит результат? Цифры говорят, что да!

Хочется поблагодарить всю команду студентов ФМк, которая вот уже два года постоянно работает над сайтом и не собирается останавливаться на достигнутом. Не это ли подтверждение подготовки на факультете лучших квалифицированных специалистов

в своей профессиональной области? Отдельные слова благодарности хочется сказать [Цыганкову Александру Александровичу](#) декану факультета и [Гуртовому Андрею Александровичу](#) руководителю [СНИЛ "PR"](#), которые курируют проект, поддерживают советом и мотивируют во что бы то ни стало достигать поставленных целей. Мы гордимся полученными результатами, прислушиваемся к критике (но только объективной) и обещаем становиться только лучше и интереснее.

*Путинцева Татьяна
Путинцева Екатерина*

[Студенты ФМк – покорили Google The Graduate 2017](#)

Вот и закончилась образовательная программа [The Graduate](#) для студентов Республики Беларусь и Республики Казахстан. В течение 4 месяцев студенты активно слушали вебинары, ответственно выполняли домашние задания и успешно сдавали сертификационные тесты Google Partners. Одним словом, постигали основы контекстной рекламы при поддержке специалистов компании [Webcom Media](#).

Теперь можно уверенно сказать, что определенные инструменты digital-маркетинга для выпускников The Graduate стали реальными и понятными. Мы искренне поздравляем всех, кто прошел этот путь от начала до конца, от слов "Кошмар, что это такое?" до слов "Круто, моя первая конверсия!". Ребята, вы молодцы, вы смогли сделать это самостоятельно и, надеемся, получили массу удовольствия от процесса создания рекламной кампании в сети Google.

А теперь познакомимся со студентами ФМк, которые успевают не

только курсовые и дипломы писать, но и успешно развиваться в сфере Digital. Если встретите кого-нибудь из них, то обязательно пожмите руку!

- 1 место – Никита Довнар;**
- 5 место – Кирилл Башура;**
- 6 место – Татьяна Путинцева;**
- 10 место – Катерина Путинцева;**
- 17 место – Лаврентий Добижи;**
- 25 место – Царик Ксения;**
- 28 место – Анастасия Комар;**
- 33 место – Иван Таболо.**

Для тех не участвовал в программе, но решил, что его знания о контекстной рекламе, Google Adwords и GoogleAnalytics нужно обязательно расширить, мы рекомендуем посмотреть вебинары этого года:

Тема 1: Реклама в поисковой сети AdWords

Видеотрансляция: [Реклама в поисковой сети AdWords](#).

Теоретические материалы: [Основы рекламы в AdWords](#), [Расширения объявлений](#), [Отслеживание конверсий](#), [Стратегии назначения ставок](#), [Реклама на мобильных устройствах](#).

Презентация спикера:

[Скачать \(PDF, 4.87MB\)](#)

Тема 2: Реклама в контекстно-медийной сети AdWords

Видеотрансляция: [Реклама в контекстно-медийной сети AdWords](#).

Теоретические материалы: [Основы рекламы в контекстно-медийной сети](#).

Презентация спикера:

[Скачать \(PDF, 3.77MB\)](#)

Тема 3: Видеореклама в YouTube

Видеотрансляция: [Видеореклама в YouTube](#).

Теоретические материалы: [Реклама на YOUTUBE](#).

Презентация спикера:

[Скачать \(PDF, 4.91MB\)](#)

Тема 4: Ремаркетинг

Видеотрансляция: [Ремаркетинг](#).

Теоретические материалы: [Основы ремаркетинга](#).

Презентация спикера:

[Скачать \(PDF, 2.27MB\)](#)

Тема 5: GoogleAnalytics

Видеотрансляция: [GoogleAnalytics](#).

Презентация спикера:

[Скачать \(PDF, 3.11MB\)](#)

Тема 6: Продажи, отношения с клиентами

Видеотрансляция: [Продажи, выстраивание отношений с клиентами](#).

Презентации спикеров:

а. Продажи и отношения с клиентами

[Скачать \(PDF, 565KB\)](#)

б. Стратегия развития бизнеса с продуктами Google

[Скачать \(PDF, 982KB\)](#)

Развивайтесь в Digital!

Digital-marketing для студентов ФМк: short review part 2 – SMM, контекстная реклама и web-аналитика

Хотите стать профессионалом в интернет-маркетинге? Не бойтесь трудностей и готовы учиться? Тогда вы точно попали на нужную страницу!

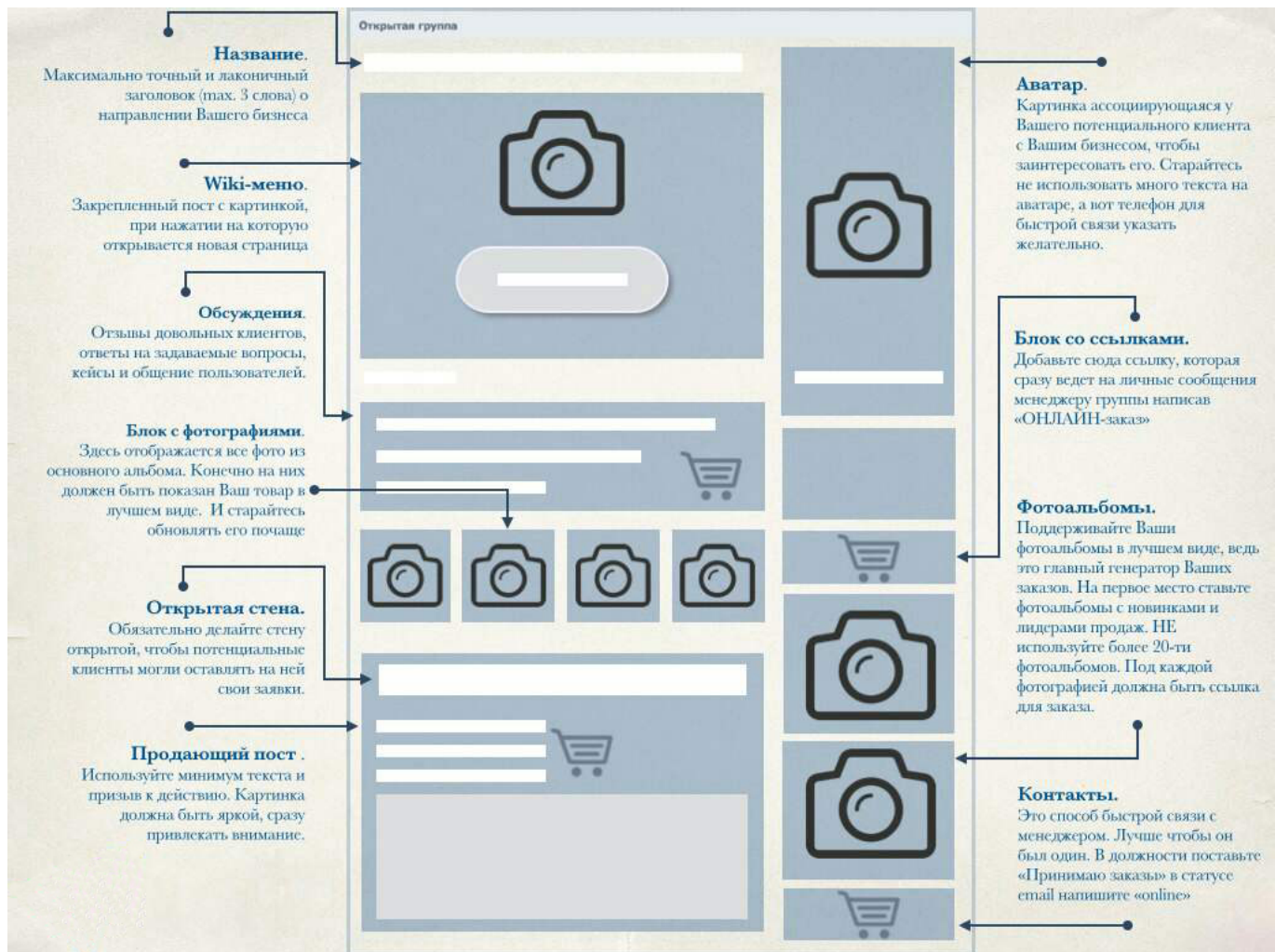


В течение последнего месяца ребята из [Digital Beards](#) проводили

бесплатные занятия по digital-marketing. Для тех, кто находился в это время под гипнозом курсовых работ или скрывался от дедлайнов, мы публиковали обзор первой части занятий, посвященной SEO-оптимизации сайтов. Почитать можно здесь: [Short review part-1](#). Для тех же, кто до сих пор не смог выбраться из плена аудиторий, учебников и пересдач, представляем short review второй части занятий:

1. SMM: Анализ социальных сетей

Занятия по SMM проводил [Женя Казимирский](#), который щедро поделился с аудиторией своими профессиональными секретами. Были рассмотрены тенденции развития и степень популярности социальных сетей на основе Google Trends. Каждый из участников семинара наконец-то разобрался, чем отличаются различные типы площадок: личный аккаунт, бизнес-сообщество, закрытое сообщество и мероприятие. Было уделено внимание и оформлению страниц, что является одним из важнейших этапов на пути к эффективному SMM-продвижению. А как иначе? Ведь качественные картинки, интересные баннеры так и манят пролистать ленту все ниже и ниже, все сильнее затягивая тебя в воронку продаж. Небольшой лайфхак для начинающих SMM-щиков: если боитесь фотошопа, смело заходите на интернет-ресурс canva.com и создавайте уникальные изображения в несколько кликов мыши!



2. SMM: Продвижение бизнеса в социальных сетях

SMM-щик – это не просто специалист по социальным сетям, это универсальный человек, который выслушивает советы дизайнеров, контент-менеджеров, консультантов, рекламщиков, администраторов, а потом передает информацию заказчику, избегая пугающих терминов и непонятных словоформ. Хотите добиться успеха в социальных сетях? Размещайте качественный контент и придумывайте правильные заголовки!



Занятие по SMM: спикер Евгений Казимирский

Формула хорошего заголовка = призыв к действию + указание срока получения эффекта + сумма выигрыша + указание преимущества товара

Несколько лайфхаков от Жени: для установления рекламных контактов и привлечения подписчиков аккаунта в Instagram используйте ресурс [One Million Likes](#); для сбора активной аудитории в социальных сетях ВКонтакте, Одноклассники используйте ресурс [Pepper.ninja](#); для анализа и подбора активной целевой аудитории ВКонтакте отлично подойдет приложение [Target Hunter](#).

3. Контекстная реклама: Яндекс.Директ и Google.AdWords

Настройка контекстной рекламы – дело тонкое и ответственное. А потому мальчики из Digital Beards подошли к этой задаче с особым вниманием. Участники семинара смогли пройти все этапы создания рекламного объявления, а также познакомиться с особенностями каждого из инструментов со созданию поисковой

рекламы: Яндекс.Директ и Google.AdWords.

Заказать вкусные суши и роллы - Минск-лучшие предложения

Реклама www.menu.by/суши-роллы/телефон-7977 ▾

Блюда японской кухни. Рестораны **Минска** на одном сайте. Заказывайте сейчас

Доставка суши в Минске - Бесплатная доставка на дом - just-eat.by

Реклама www.just-eat.by/Доставка_суши/Минск ▾

Большой выбор суши. Быстрая доставка. Бонусы и акции. Сайт один - доставок много

Суши в "Сити Фуд" Минск - city-food.by

Реклама www.city-food.by/Суши ▾

Сити Фуд. Свежие суши. Закажи! Закажи Суши. Роллы. Гункан. Нигири.

Горячее · Суши · Десерты · Супы · Соки · Салаты

Пример контекстной рекламы в Google.

Кто пропустил занятие, ловите самые актуальные и толковые советы от [Ивана Таболо](#) по созданию рекламы в Яндекс.Директ и Google.Adwords:

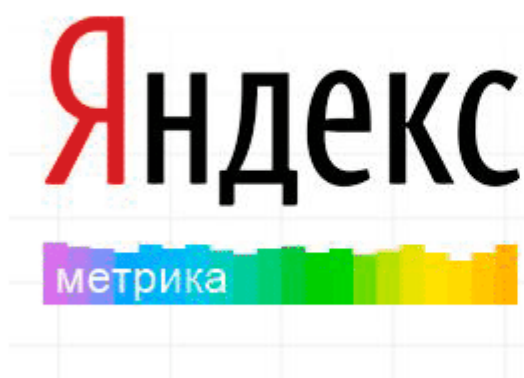
1. создавайте правильные заголовки;
2. помещайте ключевые фразы в текст объявлений;
3. информация о цене и акциях должна быть в описании объявления;
4. выбирайте правильные ключевые слова;
5. создавайте несколько вариантов объявлений под каждую группу однотипных ключевых слов (потом выберите лучшее);
6. указывайте ссылку на страницу, которая содержит сведения о товаре;
7. правильно указывайте регионы для показа рекламы.

Сомневаетесь, что сможете настроить контекстную рекламу самостоятельно? Отметайте страхи и пробуйте!

4. Системы web-аналитики: Яндекс.Метрика и GoogleAnalytics

Если юный интернет-маркетолог отлично оптимизировал сайт для

поисковых машин, великолепно настроил контекстную рекламу, но конверсий по-прежнему нет, то что-то явно пошло не так. Чтобы понять, в чем причина неудач, открывайте панель web-аналитики и анализируйте аудиторию сайта, источники трафика, поведение пользователей на страницах ресурса и многое другое. Статистика, которую предоставляют инструменты Яндекс.Метрика и GoogleAnalytics, поможет не только понять, как ведет себя пользователь на сайте, но и выявить пути оптимизации и совершенствования интернет-ресурса.



Небольшой бонус тем, кто дочитал до конца: для анализа скорости загрузки страниц сайта используйте testmysite.withgoogle.com.

Выражаем благодарность всем, кто исправно ходил на занятия и выполнял домашние задания. Вы стали на один шаг ближе к профессионалам интернет-маркетинга! Развивайтесь и дальше вместе с Digital Beards и ждите от ребят дальнейшей информации о сотрудничестве.

Удачи новичкам и профессионалам на просторах Всемирной паутины!

Путинцева Татьяна

Сайт ФМк – лучший в БГЭУ



Победа любит подготовку

- Если спросят “Чего ты хочешь?”, что ты ответишь?
- Побеждать!
- Правда?

Победа – это такая дама, которая к кому попало в гости не ходит. Ее не уговорить и не упросить, она собственно тебя и жалеть не собирается. Она любит подготовку, большие идеи, азарт и горящие глаза. Но больше всего она ценит старание и работу. Если у тебя это есть, то тут не надо ничего просить или загадывать, эта мадам уже выбирает платье, чтобы придти к тебе по приглашению.

Вот мы ее и не звали! Мы – это [СНИЛ “PR”](#) – это ребята

креаторы, редакторы, сеошники и идейные личности, которые подумали и решили: “А давайте! Сделаем это красиво”. Так и появился сайт факультета маркетинга и логистики. Мы ведь не просто факультет – один из многих, мы – это [#fmkfamily](#), [#мальчикифмк](#), [#мойфмк](#). Мы – это куча идей, бессонных ночей, споров, поддержки и бесконечной помощи друг другу. А как вы думали? Без этого никак, без этого мы не были бы самым дружным факультетом БГЭУ.

В этом году сайт ФМк (совсем молоденький, а по меркам Интернета зеленый) заслуженно был назван лучшим среди сайтов всех факультетов. Удача? Нет, конечно! Это то, к чему мы шли, стремились и за что все боролись. Сайт ФМк – лучший среди равных! Каждая рубрика, каждая метка была оспорена тысячу и один раз перед тем, как стать его неотъемлемой частью. Сотни часов были потрачены, чтобы сделать его таким, какой он сейчас. Сотни трудных, но невероятно приятных часов – вот наша победа, вот результат, который говорит сам за себя.



СМОТР-КОНКУРС
среди факультетов УО «Белорусский государственный
экономический университет» за 2016 - 2017 учебный год

ДИПЛОМ



В НОМИНАЦИИ
ЛУЧШИЙ САЙТ ФАКУЛЬТЕТА

награждается
САЙТ ФАКУЛЬТЕТА
МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

Ректор



В.Н.Шимов

2017г.

Да, сегодня мы первые, сегодня мы на шаг впереди, но победа – дама с характером, и чтобы ее удержать мало быть просто хорошим, надо быть новым, креативным, чуть-чуть сумасшедшим и, несомненно, быть частью семьи ФМк.

Спасибо всем, кто старался и вложил частичку себя в создание и продвижение сайта, кто писал, придумывал, делал и просто предлагал идеи. Без вас этого бы не было, без вас это было бы не нужно. Спасибо за энтузиазм, за большие и маленькие идеи, за труд и терпение, за радость и улыбки.

Сегодня мы лучшие! Завтра мы будем еще лучше! Это не просто слова, это план действий, это цель. А цель – это официальное приглашение своенравной Победы в гости.

– Чего ты хочешь?

– Быть лучшим!

– А что ты для этого делаешь?...

О достижениях [СНИЛ “PR”](#) по созданию и продвижению сайта ФМк читайте в статьях:

1. [Сайт ФМк теперь №1](#);
2. [FMk site: 1 year old](#).

Путинцева Екатерина

Digital-marketing для студентов ФМк: short review

part 1 – SEO

Маркетинг – дело тонкое, можно даже сказать нежное и ранимое. Это вам не гвозди молотком забивать и арматуру в бетон укатывать. Это, господа и дамы, высокое искусство, полет мысли и творчество, статистика и точность в одном флаконе. И когда все гармонично, красиво и продуманно, когда все на своем месте, и про это тебе рассказывают [#мальчикиФМК](#), то тут уж никому не устоять.



Спикеры Digital Beards: (слева направо) Иван Таболо, Никита Зеленкин, Кирилл Михайлов, Евгений Казимирский

Да-да, парни ФМК не только танцуют и поют, они еще и крутые интернет-маркетологи, которые решили научить [digital-маркетингу](#) студентов факультета маркетинга и логистики. Если вдруг вы не присутствовали на занятиях, то вот небольшой обзор с разбором самых высоких полетов. Специально для вас short review:

1. SEO: Углубление в семантику

Семантика – царица digital! А как вы думали? Составить

семантическое ядро сайта – одна из наиболее важных задач сеошника. А если мы говорим о крутом сеошнике, то это просто must know. На занятии ребята (а это были [Никита Зелёнкин](#) и [Кирилл Михайлов](#)) рассказали о типах и видах запросов, объяснили, как составить список поисковых фраз для оптимизации сайта и что с ними делать потом. Так что если вы еще не знаете слова “кластеризация”, “релевантность”, “минусовка”, то никому не признавайтесь, гуглите и прокачивайте свой профессиональный скил. Вот презентация занятия:

[Скачать \(PDF, 1.1MB\)](#)



Эксперты по SEO: Кирилл Михайлов и Никита Зеленкин рассказывают о тонкостях digital-marketing

2. SEO: Внутренняя оптимизация

Формул и готовых штампов успеха не существует, но есть ступеньки, которые могут стать отличным стартом победной гонки за первые места в выдаче Google и Яндекс. Думаете, все сложно? Пфф... выучить экзамен за 1 ночь, вот это я понимаю. А для того, кто сдал вышмат и написал курсач не может быть ничего сложного! Оптимизировать контент сайта?! Да, легко:

TOP-3 = уникальный и релевантный контент + грамотный HTML-код + Meta-теги + оптимизация через alt-тег + грамотная перелинковка

Вот так, революции не случилось, мир не рухнул, черные кошки живы, а вы знаете еще один рецепт успешного продвижения в сети Интернет. Что сидим? Кого ждем? За дело!

[Скачать \(PDF, 1.09MB\)](#)

3. SEO: Внешняя оптимизация и usability

Ссылки – тест на усидчивость для сеошника. Качественные и релевантные ссылки – это высший класс. Поэтому когда вы в следующий раз услышите магические слова “ура, ТИЦ прибавил 10, а Page Rank=6”, то знайте – перед вами очень радостный маркетолог. Возможно даже, что сейчас он начнет танцевать, но об этом позже.

Ну, порадовались и хватит. Что делать, если внутренняя оптимизация – потрясающая, а внешняя – невероятно потрясающая, клики есть, а конверсий нет. Вот нет, и все тут. Секрет №2: оцените usability сайта. Ага! Это еще один лайфхак от Digital Beards. Проверьте кнопки соц.сетей, наличие on-line консультанта, страницы с акциями и спец. предложениями и др. Не ленитесь и работайте с Google.Analytics и Яндекс.Метрикой (карты кликов, скроллинга, вебвизор и прочие фишки от разработчиков систем веб-аналитики, зря что ли они старались?). Презентация в помощь:

[Скачать \(PDF, 824KB\)](#)

Это был краткий обзор занятий по SEO. Впереди SMM! А что может быть лучше соц. сетей? Только продвижение в соц. сетях с [Digital Beards](#).

P.S. Кто хочет стать гуру digital, ждем вас на следующем занятии. Будет жарко? Нет, будет ОЧЕНЬ жарко!

Путинцева Екатерина

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

– *Здравствуйтесь, 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 обобщения 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»: Шецко 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



Евсевичкая Ирина

– Добрый день, Ирина! Почему вы решили рассмотреть краудфандинг в своей научной работе?

– Интересно, что с краудфандингом я познакомилась на конференции в прошлом году. Тогда приходили спикеры из бизнеса и среди них был менеджер по развитию краудфандинговой площадки Ulej.by. Он так увлеченно рассказывал про краудфандинг, что я загорелась желанием узнать больше об этом и попросилась к ним на летнюю практику, а после и на преддипломную. Это отличная, целеустремленная команда, которая реализовывает великолепную идею у нас в стране. Видимо, я им тоже понравилась, потому что сейчас я осталась у них работать. Краудфандинг в Беларуси только начинает развиваться и вопреки различным скептическим замечаниям о том, что такое у нас не приживется, набирает обороты. В конце февраля на площадке был запущен механизм, позволяющий размещать проекты не только физическим, но и юридическим лицам и выводить новый продукт на массовый международный рынок по системе предзаказов.

– 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 Rareg 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 papers, 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>

Digital-marketing от Digital Beards

Эти парни учат воротить реальными деньгами... бесплатно.



The advertisement is a yellow rectangular banner with a border of small icons (SEO, social media, etc.). On the left, it lists course details: 'БЕСПЛАТНЫЙ КУРС ДЛИНОЮ В МЕСЯЦ. СТАРТ 14 АПРЕЛЯ!', '-SEO, SMM и контекстная реклама', '-8 занятий', '-2 раза в неделю', and '-куча полезностей и новые знакомства'. Below this is the text 'Приходи, если ты [beard icon] в дигитале!'. On the right, there is a laptop graphic with 'ПОНЯТНЫЙ DIGITAL МАРКЕТИНГ' on the screen and a 'DIGITAL BEARDS' button below it.

– Я слышал, что Digital Beards...

– Это инициатива, созданная студентами, которые не любят сидеть в офисах и быть похожими на одинаковых работников в униформе. Мы уверены, что креатив спасет мир. Независимо от того, как мы выглядим, мы делаем свое дело и делаем качественно.

Если вы слышали такие страшные слова, как SEO, SMM, контекстная реклама, и хотите узнать подробнее, что они значат, то читать дальше обязательно! Digital Beards совместно с Факультетом маркетинга и логистики проводит бесплатную серию курсов, посвященную продвижению бизнеса в интернете (digital-marketing или ещё одно страшное слово).

– Поподробнее пожалуйста.

Место: аудитория 138, 3 корпус.

Время: каждый вторник и пятницу с 19:15 до 20:35.

Первое занятие: пятница 14.04.2017

Спикеры: [Никита Зелёнкин](#), [Кирилл Михайлов](#), [Евгений Казимирский](#) и [Иван Табло](#).

– Зачем мне это?

- Мы даем знания, на которых можно заработать первые деньги в области маркетинга и набраться опыта будучи еще студентом.
- После обучения открывается множество дверей. А главная дверь – в Digital Beards. В конце обучения лучшие из лучших будут работать с нами.
- Лишние знания ещё никому не мешали, тем более бесплатно.

– Как мне подать заявку на обучение?

Чтобы принять участие в курсе нужно прислать “+” на номер **+375-29-661-41-40** и за день до мероприятия Вы получите всю информацию.

– Где будут проходить занятия и что

я узнаю?

Занятия проводятся на базе СНИЛ “PR” в ауд. 138/3 в 19:15 по следующему графику:

- **14.04.2017** – Семинар №1. Вводное занятие
- **18.04.2017** – Семинар №2. SEO: Углубление в семантику
- **21.04.2017** – Семинар №3. SEO: Внутренняя оптимизация
- **28.04.2017** – Семинар №4. SEO: Внешняя оптимизация
- **02.05.2017** – Семинар №5. SMM: Анализ социальных сетей
- **05.05.2017** – Семинар №6. SMM: Продвижение бизнеса в социальных сетях
- **12.05.2017** – Семинар №7. Контекстная реклама: Yandex Direct
- **16.05.2017** – Семинар №8. Подведение итогов

В расписании занятий возможны изменения. Следите за новостями на нашем сайте.