

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”



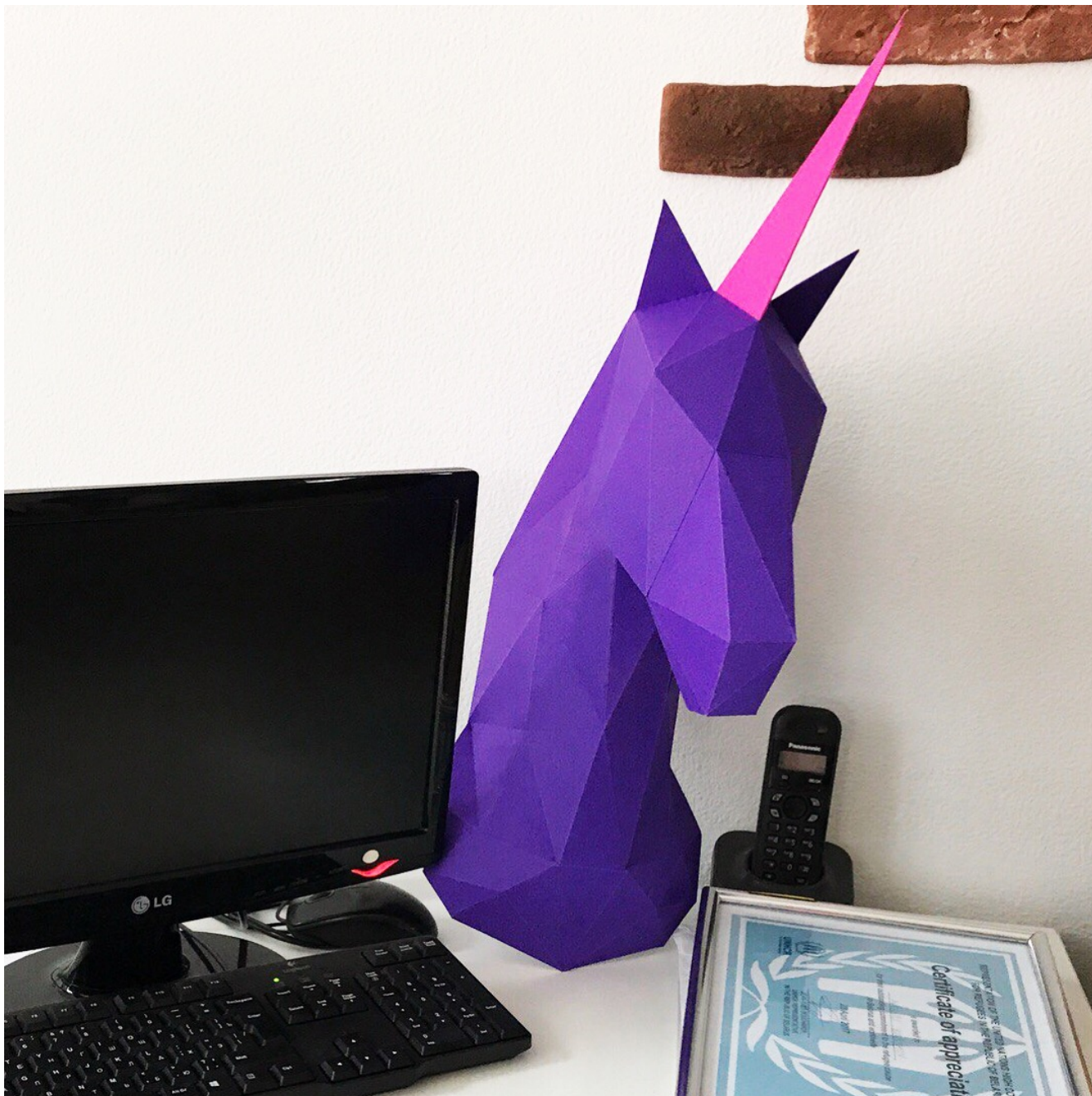
РА “Белая Карона”. В центре – Алена Устинович



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



Офис ПА "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 рынки 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