

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



1 место

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

Молодые креаторы: Карина Куприянович и Эвелина Дворянчик

Белый квадрат: победители конкурса “Молодые креаторы”

«Папа может все, что угодно!» – слова из известной детской песенки. Вот только всем также известно, что забота о собственном ребенке – это не самая простая задача для отцов. А вот молодые креаторы, **Карина Куприянович** и **Эвелина Дворянчик**, смогли доказать, что заботиться о своих детях могут не только мамы, но еще и папы. Причем с не меньшим успехом! Для этого достаточно создать полезный и интересный продукт.



Куприянович Карина



Дворянчик Эвелина

Проект “ПапаТам”, созданный девушками, смог покорить аудиторию и членов жюри конкурса «Молодые креаторы», который проводился в рамках Международного Фестиваля маркетинга и рекламы «Белый квадрат». Девушкам предстояло разработать детскую линию косметики для ванн по заданию компании «Модум». Работа включала создание названия продукта, слогана, упаковки, политики внедрения и коммуникаций, то есть все, что необходимо при создании бренда. Результат оказался впечатляющим и стал для девушек победным! Сегодня великие креаторы поделились своими впечатлениями и рассказали о своем продукте. Давайте же узнаем их формулу успеха!

Больше, чем идея

– Здравствуйте, Карина! Расскажите, почему вы решили принять участие в этом конкурсе? Откуда у вас появилась идея создать такой интересный и оригинальный продукт?

– Все началось с того, что девчонка, с которой я проходила стажировку в «Public Group», скидывает мне ссылку на бриф компании «Модум», говорит, что у нее есть крутая идея, которую можно развить, и спрашивает, смогу ли я ее реализовать. Ну, я,

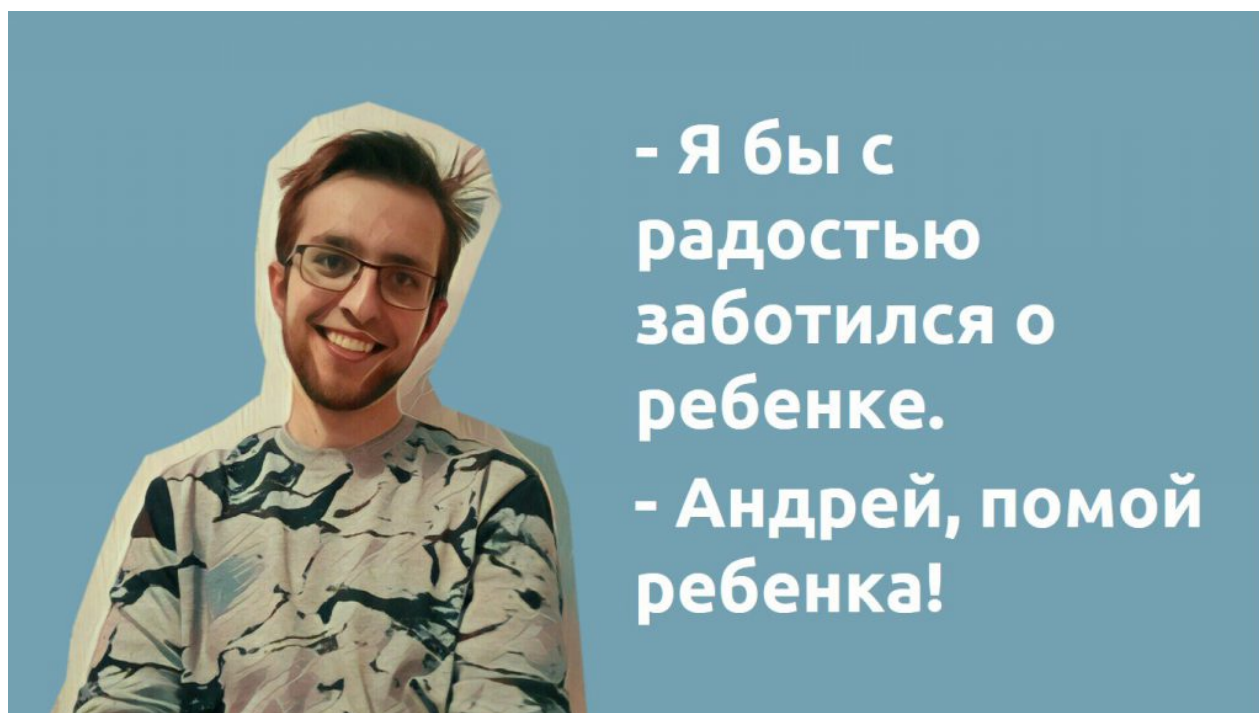
даже особо не читая ссылки, согласилась, потому что, когда предлагают реализовать что-то интересное в хорошей компании, не особо думаешь о чем-то еще, потому что знаешь, что просто получишь удовольствие. Идея у Эвелины заключалась в том, чтобы уйти от привычного восприятия мамы и только мамы в связке с заботой о ребенке и показать, что отцы тоже могут этим заниматься. Просто они не знают, как это сделать. Какая ведь роль папы обычно в этих делах? Оставили ребенка с папой – ребенок утонул в луже:)) Вот мы и захотели сделать такую линию, которая помогала бы отцам заботиться о детях.

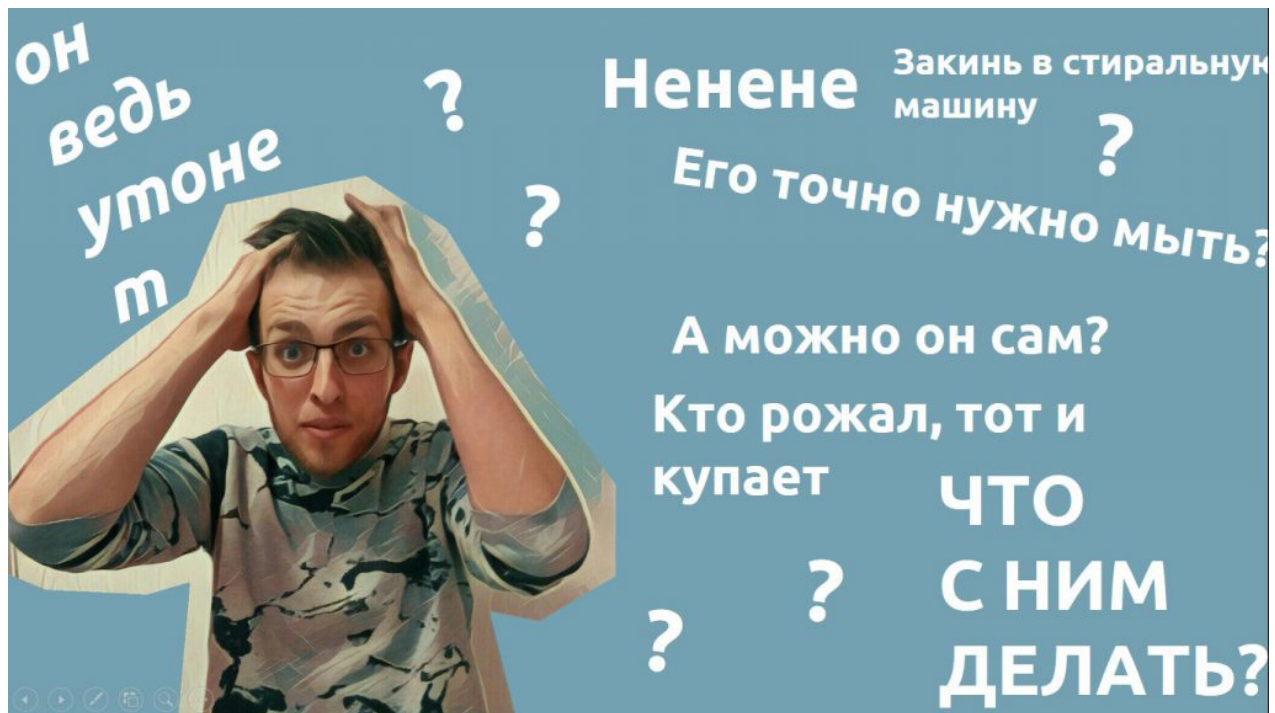


– Как проходила ваша подготовка к конкурсу?

– Готовиться было смешно, по-другому не скажешь! Начали с названия собственной команды, что делать было необязательно. Но мы решили, что оно у нас быть должно, и назвали в честь третьей девочки, с которой стажировались в «Public Group», –

«Katuha». Сделали своим логотипом катушку ниток, что означает уже не только «Катя», но и то, что мы наматываем приобретенный опыт и вдохновение и разматываем его в виде крутецких идей и креатива. Потом сама собой появилась концепция презентации (что чуть ли не важнее, чем сама идея): в презентацию поселить папу, который появлялся бы на каких-то слайдах и комментировал происходящее. Аргументировали это тем, что «ну знаете, в правилах указано, что 1-2 человека в команде только можно, но куда же мы без папы, он ведь наша ЦА!»





Где папа? Там, где надо

– *С какими трудностями вы столкнулись в процессе создания проекта?*

– Самое сложное во всем проекте – это найти в интернете фотографию самого обыкновенного мужчины! Мы поняли, что так больше не может продолжаться, когда потратили на поиск около двух часов, а у нас все еще не было ни одного слайда презентации. В итоге Эвелина просто сфотографировала парня, с которым работает, что было забавно, потому что ему еще надо было выступить на «Белом квадрате» после нашей презентации.

Папа Мил

Это вам что,
коробка фастфуда?



– Как вы разрабатывали название для продукта?

– Процесс создания названия для продукта был действительно увлекательным. Мы перепробовали большое количество вариантов, многие из которых просто вызвали смех. В результате мы остановились на “Папатам” – суперназвание, которое очень мягкое, легко говорится и имеет двойной смысл: у ребенка ассоциируется с гиппопотамом, а у папы собственно с «Папа Там». Был только один вопрос: почему он там, а не здесь? Так и появился слоган: «Папатам – когда папа там, где надо!» Когда ребенка надо помыть, папа там – в ванной, когда ему надо почистить зубки, папа там – в ванной. Но, даже если папа не в ванной, он все равно там, где ему нужно быть.

Креатив как он есть

– Какие идеи были положены в основу упаковки, политики внедрения на рынок, коммуникационной политики?

– Упаковка – это единственный элемент нашего продукта, обращенный к ребенку, чтобы привлекать его. Поэтому на упаковке мы разместили животных, папу и ребенка. Всего продумали 5 типов персонажей: веселого папу-зебра, строгого

папу-гепарда, доброго папу-панду, всезнающего папу-жирфа и работающего папу-пса. Каждый имеет свой характер, как и каждый отец и вообще человек. Так вот, основная идея – персонажи специально подбирались таким образом, чтобы у них было два цвета. Суть в том, что, например, папа жираф так хорошо купал жирафика, что смыл с него все темные пятна! На упаковке еще поместили систему лояльности для детей, которая поощряла их за чистку зубов: почистил столько-то раз – получил подарок от родителей.



**Веселый
папа Зебр**



**Строгий
папа
Гепард**



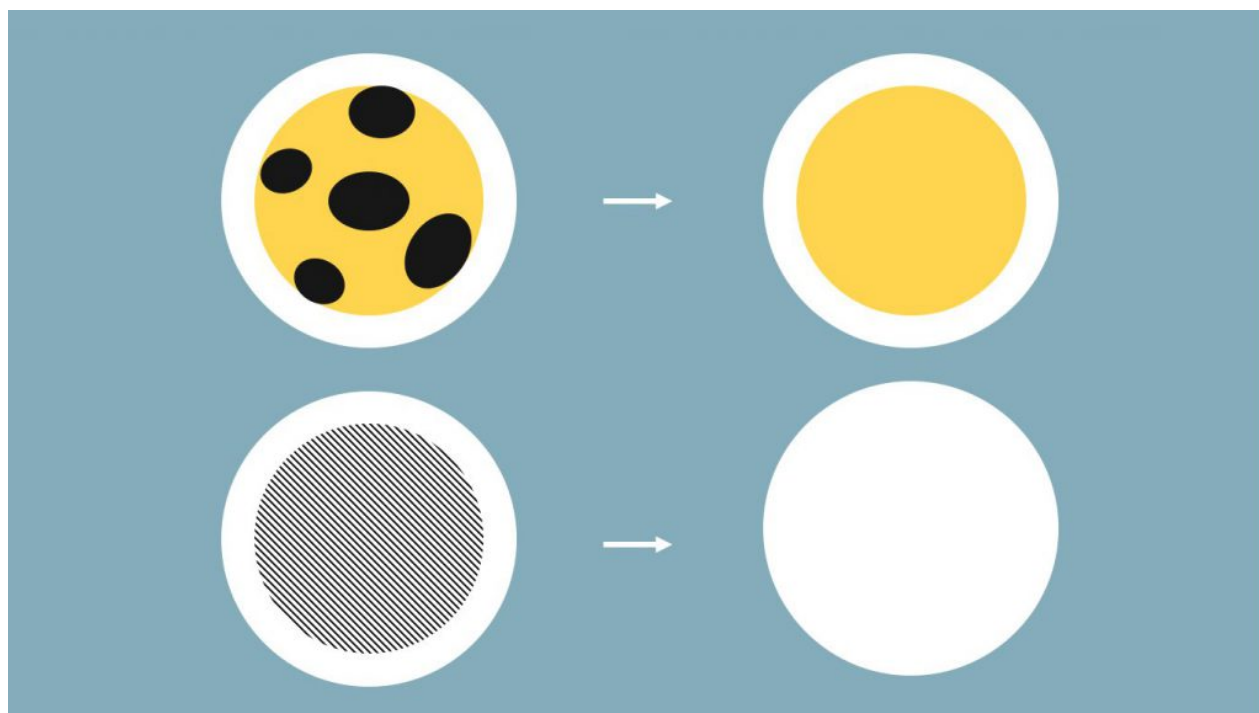
**Работающий
папа Пёс**



**Всезнающий
папа Жираф**



**Добрый
папа Панда**



Выход на рынок тоже особенный – 23 февраля. В этот период скупается большая доля пены для бритья, поэтому мы запускаем лимитированную серию пены для бритья для маленьких мужчин. С продуктом знакомятся женщины, приобретая его для своих мужчин. С продуктом знакомятся мужчины, получая такой подарок. То же самое и на 8 марта. Кстати, о женщинах. Мамы совсем не исключаются из ЦА, ибо любой маме приятно похвастаться, какой у нее муж молодец, поэтому «Папатам» – ее верный союзник. Фишечка коммуникаций – написали рекламные треки, переделанные из известных детских песен. Взорвали зал, конечно!

Папа моет, папа моет все что угодно
Моет глазки моет ручки - всё может
мыть
Папа моет папа моет все что угодно
Его даже, его даже не надо просить.



Пусть папа услышит пусть папа придет
Пусть папа намылит и с меня всё
сотрет
Ведь так не бывает на свете
Чтоб были немывыми дети



Okay, Papatam, ребенок плавает в луже



Help

Победа = идея (20%) + работа (80%)

– Как думаете, почему именно вы одержали победу? Какие впечатления у вас остались от выступлений ваших соперников?

– Мы победили, потому что мы конкретно так над всем поработали и потому что было и очень смешно, и очень концептуально, и очень душевно. Участники были хороши, понравилось несколько

работ. Были и стоящие по дизайну, и по каким-то идеям, но наш проект был более впечатляющим.

– Какие преимущества, на ваш взгляд, приносит участие в подобных конкурсах?

– Преимуществ много. В первую очередь это то, что тебе там нужно преподнести свою идею так, чтобы её представляли как что-то легко ложащееся на реальность и реализуемое хоть сейчас. На подобных мероприятиях ты выступаешь перед профессионалами. Они дают адекватную оценку твоей работы. Конечно, есть возможность засветиться и завести какие-то полезные контакты. Участие в этом конкурсе давало право на посещение мероприятий, поэтому получилось походить еще на какие-то выступления. На награждении показывались работы победителей основного конкурса, а это все дает посмотреть, к чему ты идешь и как выглядит «взрослая» версия того, чем ты сейчас занимаешься.

Труханович Кристина

P.S. Пожелаем девушкам удачи, новых идей и достижений. А еще очередных больших побед, ведь впереди победителей ждет защита своего проекта в Киеве на конференции [Best Marketing Practices](#).

BSEU Case Club: Весенний кейс-чемпионат

[BSEU Case Club](#) открывает регистрацию на весенний кейс-чемпионат!

Генеральный партнер чемпионата – крупная международная

компания «British American Tobacco».

Условия участия

На первом этапе вы получите кейс, на решение которого у вас будет одна неделя. Предложите своё решение бизнес-задачи, выразите его в форме презентации, станьте победителями и выиграйте ценные призы чемпионата – планшеты, электронные книги и актуальную бизнес литературу!

Для участия в кейс-чемпионате вам необходимо собрать команду из 3-4 человек. Команда может состоять из студентов старше 3-го курса из любых вузов Беларуси (Минска, Бреста, Витебска и т.д.) и молодых специалистов (не более трех лет после выпуска). Если для создания команды нет нужного количества участников, есть возможность подать заявку лично или вдвоем, мы обязательно подберем вам команду, учитывая ваш ВУЗ, специальность и специализацию.

Регистрация и тайминг

Регистрация доступна [по ссылке](#) и продлится до 2-го мая до 23.59.

Весенний кейс-чемпионат от BSEU CASE CLUB

ПОЧУВСТВУЙ СЕБЯ В БИЗНЕСЕ!

18 апреля - 1 мая
Регистрация на кейс-чемпионат

2 мая
Получение кейса

9 мая
Ждем ваших решений

19 мая
Результаты первого тура

26 мая
Финал

2 место
Электронные книги



1 место
Планшеты



3 место
Бизнес-литература



BSEU
CASE CLUB


BRITISH AMERICAN
TOBACCO



Что может ФМк? Итоги декады студенческой науки

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

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

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



Итоги декады студенческой науки 2017

Котлер отдыхает или теоретические аспекты маркетинга

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

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

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

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

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

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

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

Что думают победители?



Коринчук Александр



Зенкевич Вероника

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

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

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

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

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

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

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

1001 способ обольщения в современных маркетинговых коммуникациях

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

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

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

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

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

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

Мнение великих коммуникаторов



Малаш Виктория



Беляк Elizaveta

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

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

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

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

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

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

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

Не бывает неправых клиентов, бывает B2C маркетинг

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

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

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

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

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

Пчелка ФМк делится секретом успеха



Евсевіцкая Ірына

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

– *Інтаресна, што с краудфандынгам я познакомілася на канферэнцыі ў мінулым годзе. Тады прыходзілі спікеры з бізнэса і сярод іх быў менеджэр па развіцці краудфандынгавой плошчадкі Ulej.by. Ён так увлечана расказываў пра краудфандынг, што я загорелася жэланнем узнаць больш аб гэтым і папрасілася к ім на летнюю практыку, а пасля і на прэдыпломную. Гэта адличная, цэлеустраемленая каманда, якая рэалізоўвае велікопную ідэю ў нас ў краіне. Відзіма, я ім тажэ папранілася, патаму што сённяш я асталась у іх рабаваць. Краудфандынг ў Беларусь толькі начынае развівацца і вопрэкі разлічным скептычэскім замячаніям аб тама, што такае ў нас не прыжывецца, набірае абароты. У канцы фэвраля на плошчадке быў запусчэн механізм, пазваляючы размешчаць праекты не толькі фізічэскім, но і юрыдычэскім ліцам і вывадыць новы прадукт на масавы міжнародны рынак па сістэме прэдаказаваў.*

– *Как проходил процесс написания научной работы?*

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

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

– *Какой совет дадите студентам напоследок?*

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

В чем вопрос не знаем? Но ответ “B2B”

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

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

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

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

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

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

предприятия».

А они ответ знали



Антоненко Наталья



Прокофьева Александра

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

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

– *Как проходила подготовка научной работы?*

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

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

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

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

Логистика не для дам? Пффф...

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

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

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

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

Красотки о логистике



Ермолинская Яна



Зенович Екатерина

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

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

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

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

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

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

Тяжелая артиллерия. В бой выходят СНИЛ

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

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



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

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



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

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

Труханович Кристина

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

Смотрите также: Сюжет ОНТ о декаде студенческой науки в БГЭУ

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

Конференция: Социальная компонента устойчивого экономического развития



Уважаемые студенты, магистранты, аспиранты!

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

Направления работы конференции:

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

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

Подробности и условия участия в информационном письме:

[Скачать \(PDF, 312KB\)](#)

Конкурс предпринимательских идей от Бизнес-школы ИПМ

В Минске 22 апреля 2017г. пройдет Конкурс предпринимательских идей (региональный финал), организованный [Бизнес-школой ИПМ](#) при поддержке [Альфа-Банка](#), на котором будет выбрана 3-ка лучших бизнес-проектов региона.

От ФМк на конкурсе будут представлены 2 проекта:

- “[Бабушкин чеснок](#)”, автор проекта: Елена Голомазова;
- “[Time2Drink](#)”, авторы проекта: Кожемяко И., Антонюк А., Василевская М.

Пожелаем участникам удачи и, конечно же, победы!

Участие в мероприятии в качестве зрителя БЕСПЛАТНОЕ, но по предварительной [регистрации](#). Количество мест ограничено.

КОНКУРС ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ ИДЕЙ



Региональный финал



Генеральный партнер



В программе мероприятия:

1. Презентации проектов участников;
2. Мастер-классы от лучших бизнес-экспертов и преподавателей Бизнес-школы ИПМ;
3. Возможность пообщаться с реальными успешными предпринимателями и задать интересующие вопросы;
4. Новые знания и новые знакомства.

Место проведения: пр-т Победителей 103, Минск

Когда: 22 апреля 2017г. 11.00-16.00

Контакты организаторов: Бизнес-школа ИПМ konkurs@ipm.by

Тел.: +375 29 689-80-89, +375 17 277-06-89(90)

Подробнее про мероприятие можно почитать на официальной [странице конкурса в Facebook.](#)

Digital-marketing от Digital Beards

Эти парни учат воротить реальными деньгами... бесплатно.

The advertisement is a yellow rectangular graphic with a pattern of small icons (SEO, social media, charts) in the background. 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' followed by a cartoon duck icon and 'в дигитале!'. On the right, a laptop screen displays 'ПОНЯТНЫЙ DIGITAL МАРКЕТИНГ' with a magnifying glass icon over a bar chart. Below the laptop is a button that says 'DIGITAL BEARDS'.

– 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 Таболо](#).

– 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.

B2B or not B2B? Конечно B2B!

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

Совместные формы финансирования как инструмент маркетинга

Толокняник Виктория, Леонова Анна

[Скачать \(PDF, 3.67MB\)](#)

**Возможности использования SMM для
B2B**

**Антоненко Наталья, Прокофьева
Александра**

[Скачать \(PDF, 735KB\)](#)

**Инновационные средства продвижения
продукции**

Бречко Кристина, Гайко Наталья

[Скачать \(PDF, 1.69MB\)](#)

**Маркетинговые коммуникации на рынке
B2B**

Бусурина Анна, Ильяш Людмила

[Скачать \(PDF, 839KB\)](#)

**Инновационные методы сбыта
промышленной продукции**

Калачёва Ольга

[Скачать \(PDF, 1003KB\)](#)

**Маркетинговая деятельность в сети
Интернет**
[Чуб Екатерина](#)

[Скачать \(PDF, 1.19MB\)](#)

Онлайн-реклама на рынке B2B
**[Короткевич Екатерина](#), [Микула](#)
[Анастасия](#)**

[Скачать \(PDF, 2.2MB\)](#)

**Практическое использование Data-
mining в маркетинге**
**[Дронченко Татьяна](#), [Сипачева](#)
[Анастасия](#)**

[Скачать \(PDF, 3.97MB\)](#)

**Инструменты продвижения на рынке
b2b**
**[Мартиросова Алина](#), [Гладкая](#)
[Екатерина](#)**

[Скачать \(PDF, 2.5MB\)](#)

Использование принципов маркетинга для повышения эффективности деятельности предприятия Вышинская Диана

[Скачать \(PDF, 1.87MB\)](#)

Современные маркетинговые коммуникации: Обзор докладов и презентации

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

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

Доклады секции: Современные маркетинговые коммуникации



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

Музыка и маркетинг: есть ли связь?

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



Музыка и маркетинг: есть ли связь?

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

Жанр музыки



Влияние музыки на покупки потребителей

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

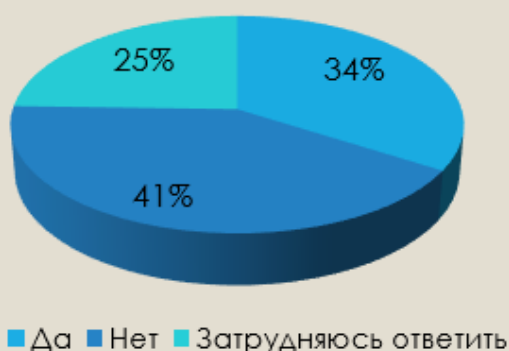
[Скачать \(PPTX, 953KB\)](#)

Продвижение образовательных услуг БГЭУ

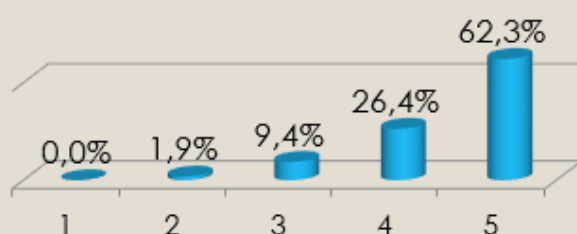
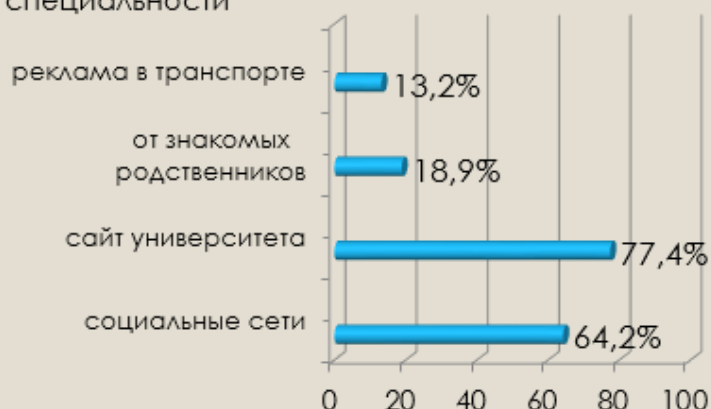
В связи с открытием на ФМк новой специальности “Рекламная деятельность”, студентки 3-го курса группы ДМП – [Беляк Елизавета](#) и [Малаш Виктория](#) решили посвятить своё выступление теме “Продвижение образовательных услуг БГЭУ”! С помощью онлайн-анкетирования они выявили спрос среди абитуриентов на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

Результаты опроса

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



2. Предпочтения абитуриентов относительно источников информации о новой специальности



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

[Скачать \(PPTX, 676KB\)](#)

Изучение моделей поведения пользователей в интернете

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



Приносит радость :)

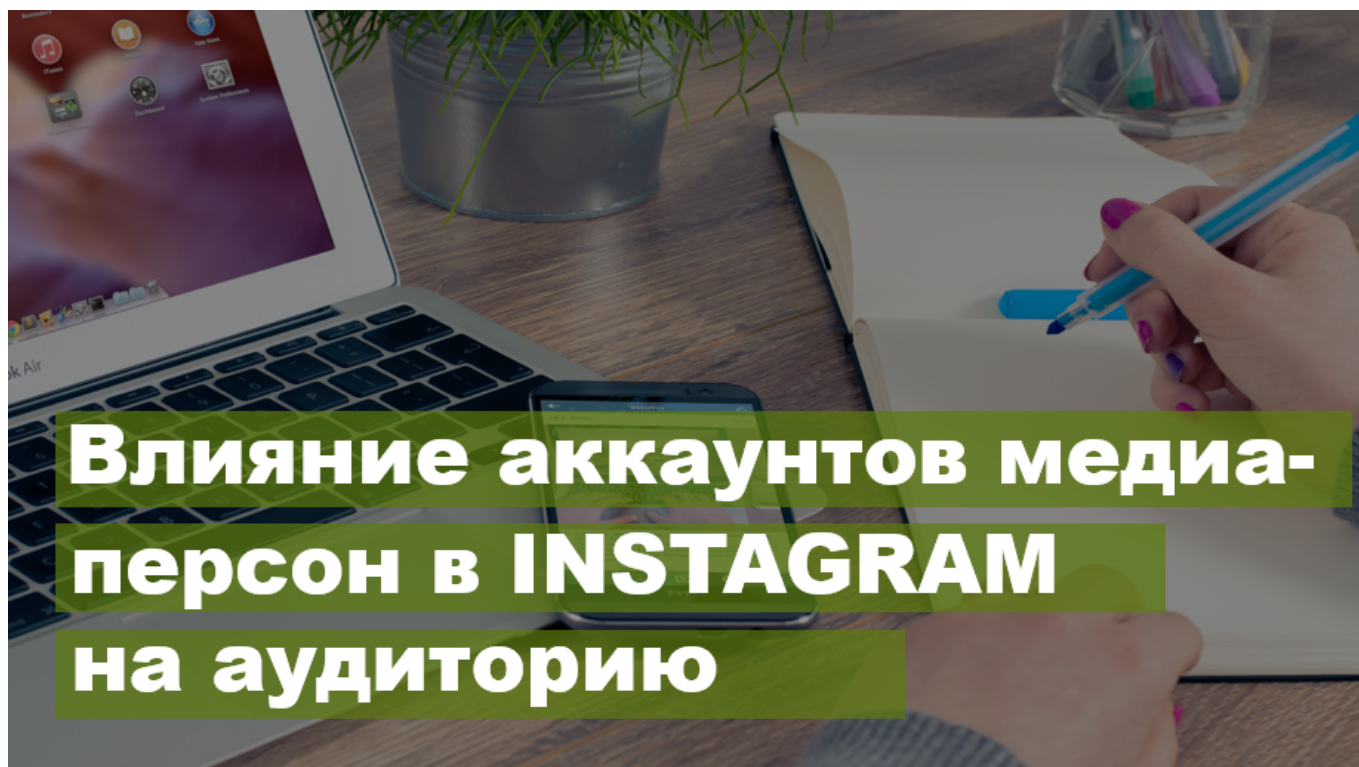
lamoda

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

[Скачать \(PPTX, 3.55MB\)](#)

Влияние аккаунтов медиа-персон в INSTAGRAM на аудиторию

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



Влияние аккаунтов медиа-персон в INSTAGRAM на аудиторию

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



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

[Скачать \(PDF, 795KB\)](#)

Презентации докладов

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

[Скачать \(PPTX, 4.09MB\)](#)

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ
ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ**
Юлия Баран

(Секция “Прикладные вопросы b2c маркетинга”)

[Скачать \(PPTX, 605KB\)](#)

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

(Секция “Прикладные вопросы b2b маркетинга”)

[Скачать \(PDF, 1.54MB\)](#)

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

Ирина Сергеенко