

Теоретические аспекты маркетинга

Студенты нашего факультета продолжают проявлять себя в научной деятельности. 8 апреля прошел второй этап Международной научно-практической конференции студентов «Национальная экономика Республики Беларусь: проблемы и перспективы развития». В этот раз они представили свои работы под секцией №7 “Проблемы и перспективы развития маркетинга и логистики” в подсекции 7.1 «Теоретические аспекты маркетинга». Конференция проводилась на базе [Кафедры маркетинга](#) в формате онлайн. Ввиду большого количества участников была разделена на две:

- Подсекция 7.1. А – 1 курс
- Подсекция 7.1. Б – 2 курс

Для участия в 1 этапе 16 команд отправили свои презентации на выбранные темы членам жюри. По итогу в финале приняли участие всего 5 команд.



Соколова Надежда, 2 курс, ДМВ, 1 место
«Повлиял ли Covid-19 на потребительское поведение белорусов?»

Надежда: «Когда нам рассказали о студенческой конференции, я ни минуты не сомневалась, что буду участвовать, ведь для меня это шанс проявить себя и научиться чему-то новому. В ходе работы я с головой окунулась в анализ данных, а также провела свои первые полевые исследования – все это неразрывно связано с моей будущей специальностью. Таким образом, благодаря участию в конференции, я убедилась в том, что сделала правильный выбор профессии. Отдельную благодарность хочу выразить научным руководителям, которые направляли и поддерживали меня во время подготовки, а также организаторам конференции, которые провели ее интересно, современно и безопасно!»





Велисевич Юлия, Долголаптева Полина, 2 курс, ДММ-2, 2 место
«Тренд на правильное питание: как использовать производителям?»

Юлия: «Все участники оказались студентами 2 курса, ФМк, а 3 команды из 5 – это представители группы 19 ДММ-2. Огромная заслуга в этом принадлежит нашему руководителю Е.В. Кудасовой, которая на протяжении месяца помогала в подготовке к такому важному для каждого из нас мероприятию. Участие в конференции дало мне новые знания в сфере маркетинга, возможность проявить себя, лучше узнать особенности моей будущей профессии, а также применить уже имеющиеся знания на практике.

Непосредственно сама конференция проходила в онлайн-формате в связи со сложной эпидемиологической ситуацией. На мой взгляд, данный формат имеет такой яркий недостаток как отсутствие личного контакта с членами жюри и участниками. Очень хотелось время от времени ощущать живую реакцию, взгляды, эмоции и улыбки. Но стоит отдать должное тому, что на платформе Мудл, с помощью которой и была организована конференция, присутствовала возможность написания комментариев, за счёт чего члены жюри и участники могли вести диалог, задавать и

отвечать на различные вопросы.

В целом, несмотря на все технические неполадки, нам удалось успешно поучаствовать в конференции и занять почётное 2 место. На данный момент мы готовимся к представлению тезисов нашей работы»





Гурская Валерия, Пимкова Амалия, 2 курс, ДММ-2

«Метод тайного покупателя как вид маркетингового исследования на примере сети ресторанов «Хинкальня»

Валерия: «Конференция по маркетингу прошла довольно успешно. Были представлены лучшие работы финалистов, которые было

слушать одно удовольствие. Не обошлось, конечно, без технических проблем на платформе Мудл. Но оперативное вмешательство Кудасовой Елены Валерьевны спасло качество конференции и ее дальнейшее успешное проведение. Члены жюри были 100%-но погружены в оценивание работ, задавая интересные и уточняющие вопросы. На конференции царила атмосфера дружелюбности и спокойствия, за что большое спасибо организаторам конференции и уважаемым членам жюри»



По итогам конференции:

1 место – Соколова Надежда Владимировна

Тема: [«Повлиял ли Covid-19 на потребительское поведение белорусов?»](#)

Научные руководители: Кудасова Елена Валерьевна, Демченко Елена Владимировна

2 место – Велисевич Юлия Викторовна, Долголаптева Полина Викторовна

Тема: [«Тренд на правильное питание: как использовать производителям?»](#)

Научные руководители: Кудасова Елена Валерьевна, Лешко Валентина Николаевна

3 место – Халимонец Алина Игоревна, Коледа Кристина Вячеславовна

Тема: [«Гендерное \(не\)равенство в рекламе»](#)

Дополнительно рекомендован к публикации – Максимук Кристина Геннадьевна, Курильчик Дарья Александровна

Тема: [«Crazy or more crazy \(шоковая реклама\)»](#)

С содержанием работ можно ознакомиться по ссылкам. Также предлагаем ознакомиться с некоторыми не менее интересными проектами ниже.

Пачко Е.В., Сафонова П.С. – [«ЕСО тренд как маркетинговое преимущество»](#).

Лукашеня А.В., Жукова Ю.А. – [«Как изменилось поведение потребителей из-за COVID-19?»](#).

Буткевич Н.Д., Наумовец А.С. – [«Влияние музыки на бренд»](#).

Благодарим всех участников и желаем им дальнейших достижений!