

От первого лица: БГЭУ готовит лучших маркетологов

Декан факультета маркетинга БГЭУ Валерий Бороденя рассказал о том, почему маркетологи, которых подготовил факультет за последние 10 лет, лучше подходят для белорусских реалий, чем выпускники из Кембриджа.

Об отношении к маркетинговому образованию



Сегодня, приедь выпускник из Кембриджа работать в Беларусь, едва ли бы он показал выдающиеся результаты в области маркетинга, применительно к нашим реалиям. И дело не в образовании — а в реалиях, которые существуют в нашей стране.

Ведь маркетинг — это не только набор знаний и инструментов — это образ мышления. И именно поэтому

маркетолог, вышедший из стен БГЭУ — это отлично подготовленный специалист. Знания + понимание реалий — залог успешного специалиста в нашей стране.

О конкуренции.

Конкуренция это двигатель прогресса. И то же относится к образованию — сегодня многие ВУЗы готовят специалистов по маркетингу. Однако именно у нас проводится подготовка специалистов в области маркетинга. Ведь у других ВУЗов это скорее факультативная специальность в рамках факультетов, либо специальностей. У нас же речь идет именно о подготовке маркетологов.

Однако, это хорошо, что другие ВУЗы оказывают нам конкуренцию — вместе мы пойдем дальше. То же и в бизнесе — нашим предприятиям рано или поздно придется понять, что возрастание конкуренции это необратимый процесс, и от него не нужно бежать. А для повышения

конкурентоспособности предприятия маркетолог играет одну из ключевых ролей.

О качестве образования.

Я убежден, что подготовка наших специалистов ведется на достаточном европейском уровне. Конечно, с оговоркой на наши реалии – но это скорее преимущество. Те, кого мы готовим в Беларуси — лучшие. Наш опыт, база и возможности позволяют нам говорить о том, что мы готовим лучших специалистов в области маркетинга. Однако, не нужно забывать о человеческом факторе — если человек хочет взять знания – он их возьмет. Иначе мы не вобьем их в него.

О факультете.

ФМК — это мощный факультет с большим будущим. Рост потребности в маркетологах только продолжится, а мы уж будем их готовить. За 10 лет мы вырастили уже немало людей, которые встали во главе компаний и с успехом формируют будущее наших предприятий.

МаркЕтинг или мАркетинг?

Это абсолютно не важно, куда поставить ударение. Об этом вопросе пусть думают филологи — а мы будем готовить конкурентоспособных специалистов.

Фото CORpO.