

Факультет маркетинга БГЭУ празднует десятилетие

26 ФЕВРАЛЯ 2008

YOUTH MARKETING LEAGUE

YOUTH MARKETING LEAGUE

537

0

ОБРАЗОВАНИЕ

 ПОДЕЛИТЬСЯ ПОДЕЛИТЬСЯ ТВИТНУТЬ

Сегодня обучение на факультете проводится по следующим специализациям: маркетинг, международный маркетинг, рекламная деятельность, логистика, ценообразование, промышленный маркетинг.

За 10 лет развития факультета количество обучающихся там студентов увеличилось с 700 до 2500. Более 7000 специалистов этой относительно новой специальности вышли из стен здания факультета. Один из самых молодых факультетов, встретил на своем пути такую проблему, как непонимание рынком «Кто же такой маркетолог?».

Тем не менее, факультету маркетинга удалось вырастить уже не одно поколение профессионалов, которые поднимают на новый уровень белорусский бизнес. Выпускников ФМК можно найти в ряде крупных компаний молодого и наглого белорусского бизнеса — сетевые рекламные агентства, сотовые операторы, ритейлеры, it-компании, банки — современные руководители с радостью встречают маркетологов из БГЭУ.

5 марта пройдут официальные празднования 10-летия факультета маркетинга (ФМК) БГЭУ. В рамках мероприятий состоится праздничный концерт, а также ночные гуляния в клубе Рок-Хауз, где в неформальной обстановке смогут пообщаться все те, кто причастен к факультету маркетинга — деканат, преподаватели, нынешние студенты, и, конечно же, выпускники.

Выпускники факультета поделились воспоминаниями об обучении в стенах факультета маркетинга.

Александр Чекан, директор TUT.BY по маркетингу: «После факультета маркетинга у меня остались замечательные воспоминания и масса хороших друзей и знакомых, профессионалов своего дела. Вообще я считаю, что не университет «дает» знания, а человек их берет сам. Если у студента есть цель научиться, он её добьется».

Анна Заборонок, заместитель учредителя по маркетингу и коммерческим вопросам группы компаний («Хартия», «Премьерторг», «РентСити», «МегаРент», «Модус Авто»): «Выбор учебы на факультет маркетинга был сделан осознанно и полностью оправдан. Самое главное, удалось сформировать маркетинговое сознание и понимание бизнеса — и в этом заслуга преподавателей. А также, на собственном опыте разрушен стереотип о том, что теория и практика это разные вещи».