

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?

– *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



– 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»: Шецко 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



– *Добрый день, Ирина! Почему вы решили рассмотреть краудфандинг в своей научной работе?*

– Интересно, что с краудфандингом я познакомилась на конференции в прошлом году. Тогда приходили спикеры из бизнеса

и среди них был менеджер по развитию краудфандинговой площадки Ulej.by. Он так увлеченно рассказывал про краудфандинг, что я загорелась желанием узнать больше об этом и попросилась к ним на летнюю практику, а после и на преддипломную. Это отличная, целеустремленная команда, которая реализовывает великолепную идею у нас в стране. Видимо, я им тоже понравилась, потому что сейчас я осталась у них работать. Краудфандинг в Беларуси только начинает развиваться и вопреки различным скептическим замечаниям о том, что такое у нас не приживется, набирает обороты. В конце февраля на площадке был запущен механизм, позволяющий размещать проекты не только физическим, но и юридическим лицам и выводить новый продукт на массовый международный рынок по системе предзаказов.

– *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



– *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 papers, 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



– *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>