

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 царила приятная и естественная атмосфера: суэта, 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?»

✖ 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.

✖
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.

[gview
file=»https://fmk.bseu.by/wp-content/uploads/2017/04/sreda_Avtosokhranenny.pptx»]

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. 

[gview
file=»https://fmk.bseu.by/wp-content/uploads/2017/04/prodvizhenie_RD.pptx»]

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.  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:

[gview
file=»https://fmk.bseu.by/wp-content/uploads/2017/04/Izuchenie.pptx»]

Влияние аккаунтов медиа-персон в INSTAGRAM на аудиторию

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

- ✖ 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.

[gview
file=»https://fmk.bseu.by/wp-content/uploads/2017/04/KONFERENT
sIYa.pdf»]

Презентации докладов

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

[gview
file=»https://fmk.bseu.by/wp-content/uploads/2017/04/product_p
lacement.pptx»]

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ Юлия Баран

(Секция «Прикладные вопросы b2c маркетинга»)

[gview
file=»https://fmk.bseu.by/wp-content/uploads/2017/04/Yulia_Bar
an_b2c.pptx»]

Медиарынок Республики Беларусь: ТВ реклама и реклама в сети Интернет

[Куксенкова Юлия](#), [Рабчёнак Ольга](#)

(Секция «Прикладные вопросы b2b маркетинга»)

[gview
file=»<https://fmk.bseu.by/wp-content/uploads/2017/04/mediarynok.pdf>»]

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