

Отчет о летней ознакомительной практике 2022

Важным для первокурсников этапом, знаменующим конец первого учебного года в университете, является прохождение летней ознакомительной практики, идущей прямо за второй сессией. В её рамках студенты специальности **«Рекламная деятельность»** и **«Промышленный маркетинг»** получили уникальную возможность посетить различные предприятия и ближе познакомиться со сферой, в которой им в будущем предстоит работать.

Будущие специалисты по рекламе были приглашены посетить рекламное агентство «Белая Карона». Там студентов встретила учащаяся третьего курса специальности маркетинг, рассказавшая ребятам о прохождении практики в агентстве.

Директор рекламного агентства *Алёна Устинович* познакомила с историей этого бизнеса, а также о том, как она начинала в нём карьеру. Невероятным удивлением для студентов было узнать, что первые шаги к более современному и продвинутому виду рекламы в Беларуси были сделаны уже в 1996-1997 годах! Ребята рассказали о деятельности АКМА – Ассоциации Коммуникативных и Маркетинговых Агентств – ведь рекламное агентство «Белая Карона» в основном занимается продвижением и координацией этой организации, которая в свою очередь является действительно важным и крупным звеном всего рынка коммуникаций Беларуси.

Также специально для студентов нашего ВУЗа в рекламное агентство «Белая Карона» были приглашены представители МТБанка, которые подробно рассказали о конкурсе *Yong Creators*,

который они проводят вместе с АКМА.

Данный конкурс направлен на выявление талантливой молодёжи, которая готова к тому, чтобы изменять наш мир в лучшую сторону. Для этого участникам понадобится решить заданные кейсы по одному из направлений устойчивого развития, будь то экология или проблемы неравенства различных слоёв населения Земли. Так в рамках этой встречи студенты вместе подумали над тем, какие проблемы их волнуют в нашем обществе и как с помощью этого конкурса можно привлечь внимание к ним. Уверены, что многих вдохновила уникальная возможность реализовать проект, направленный на решение глобальных проблем, ведь наше поколение, как верно было отмечено в слогане конкурса Young Creators, *«Слишком талантливы, чтобы быть равнодушными»*.

- 
- 
- 

Помимо этого, ознакомительная практика дала студентам специальности «Рекламная деятельность» возможность посетить главный офис компании А1 и узнать множество подробностей о работе их маркетингового отдела и отдела по разработке новых продуктов.

После

прибытия студентов встретили и провели в одну из переговорных комнат, в которых раньше собирались сотрудники, чтобы обсудить предстоящие планы. Однако после

того, как пандемия внесла свои корректировки в привычный уклад жизни всех людей, работников офисов, в том числе многие сотрудники, стали на постоянной основе работать в удалённом режиме.

Здесь, в одной из пустующих после марта 20-го года переговорных комнат, сотрудник департамента продуктов и маркетинга в розничном бизнесе рассказал ребятам о том, насколько важно правильное позиционирование услуг компании на конкретном примере. Особенно интересной для студентов стала информация о том, как делать более эффективные и запоминающиеся билборды. Ведь несмотря на то, что на данный момент всё большее распространение получает интернет-реклама, подобные физические способы коммуникации с потребителем всё ещё не потеряли своей актуальности. Также ребята узнали о том, как компания А1 собирает и обрабатывает обратную связь с клиентами, что помогает им строить сильный бренд, который отличается высокой лояльностью потребителя.

После увлекательного рассказа студенты смогли не только задать интересующие их вопросы, но и немного понаблюдать за работой тех сотрудников, которые не перестали ходить в офис, а также внимательно изучить места их работы.

По возникающим вопросам «А как можно пройти у вас практику или стажировку?» можно сказать, что экскурсия и подробный рассказ сотрудника А1 о работе в этой компании заинтересовали учащихся и, возможно, вдохновили их на постановку новой жизненной цели.

- 
- 

А вот студенты специальности «Промышленный маркетинг» во время практики посетили Минский Электротехнический Завод имени Козлова.

В начале экскурсии ребята ознакомились с окончательным продуктом – трансформатором. После прослушивания важной информации о продукте и его предназначении они отправились смотреть на процесс создания в цеха.

Увидев

весь процесс, как из большого количества самых разных деталей, при усердном

труде сварщиков, операторов, инженеров, мастеров и других, не менее важных

сотрудников получают трансформаторы высокого качества студенты также получили

возможность услышать ответы на интересующие их вопросы.

Поговорили

и про важные моменты, касающиеся практики. Так ребята узнавали о том какие

рынки охватывает МЭТЗ, какую продукцию на них поставляет,

узнали в каких
странах работают маркетологи завода, что показало важность и
дало мотивацию к
изучению иностранных языков.

- 
- 

После
посещения завода у группы остались масса положительных эмоций
и впечатлений.
Увидев важность каждого сотрудника, ты понимаешь, что нужно
усердно работать и
развиваться для того, чтобы продукция, которую сотворило
столько людей смогли
купить и увидеть на рынке.

Также будущие маркетологи посетили компанию Mark Formelle. Благодаря сотрудникам, ребятам удалось окунуться в настоящую рабочую атмосферу предприятия и вживую увидеть процесс создания носков, резинок и шнурков. Экскурсия оказалась очень интересной и полезной.

В начале встречи
для студентов было организовано небольшое собрание, на котором
им рассказали о
правилах безопасности на производстве, истории создания
компании и ответили на
интересующие ребят вопросы.

Далее,
их повели на ознакомительную экскурсию в отделы предприятия.
Первым был цех по
производству носков, ребята с увлечением наблюдали за
непростым процессом
создания, сшивания, выворачивания носочно-чулочной продукции.
При этом у них
была возможность пообщаться с сотрудниками данного цеха и
задать им
интересующие их вопросы.

- 
- 

Следующим был
цех по созданию резинок и шнурков, студенты были восхищены
необычными машинами,
которые моментально создавали вышеперечисленную продукцию.

И
последним был цех по созданию современных дизайнов, таких как:
тай-дай,
фаст-дай, сублимация, деграде и печать. После посещения
компании Mark Formelle
у студентов осталось много положительных впечатлений. Данная
экскурсия помогла
расширить кругозор в сфере производства. А также показала
важность каждого
сотрудника на предприятии.

Подводя итог, можно с уверенностью сказать, что летняя

ознакомительная практика стала для студентов факультета маркетинга и логистики отправной точкой для полного погружения в особенности их специальностей и будущих профессий. Надеемся, что ребята пронесут полученное вдохновение сквозь года и будут с такими же горящими глазами браться за работу и новые вызовы!