

Живой маркетинг: как будущие специалисты изучают рынок на практике

С 12 по 15 ноября 2024 года в Минске прошла 30-я юбилейная Международная выставка-ярмарка «PRODEXPO-2024», объединившая более 100 компаний из Беларуси и зарубежья. Студенты факультета маркетинга и логистики БГЭУ вместе с заместителем декана по идеологической и воспитательной работе Марией Шоломицкой приняли участие в этом масштабном событии, открыв для себя мир современных маркетинговых решений.

Для будущих специалистов в области маркетинга участие в таких мероприятиях – это не просто экскурсия, а возможность погрузиться в реальную деловую среду. Студенты изучили, как компании презентуют свои продукты, строят коммуникацию с клиентами и адаптируются к современным трендам. Среди стендов можно было увидеть не только традиционные продовольственные товары, но и инновационные технологии упаковки, что подчеркивает ключевую роль маркетинга в конкурентоспособности брендов.

Кроме знакомства с новинками индустрии, выставка стала площадкой для обмена опытом и знаний. Каждый студент смог наблюдать, как живые примеры маркетинговых стратегий применяются в условиях реального рынка, что особенно важно для глубокого понимания теории.

«PRODEXPO-2024 для нас – это не только возможность узнать новое, но и вдохновение для будущей карьеры,» – поделились студенты.

Почему это важно?

Живые примеры – незаменимый инструмент обучения маркетингу. Только через практику можно по-настоящему понять, что работает на рынке, а что требует доработки. Участие в подобных мероприятиях развивает не только профессиональные навыки, но и креативное мышление, столь необходимое в маркетинговой сфере. Практическое изучение маркетинга на таких мероприятиях, как PRODEXPO-2024, позволяет студентам выйти за рамки теории и увидеть, как маркетинговые стратегии работают в реальных условиях. Это помогает формировать критический взгляд на методы продвижения, анализировать их эффективность и адаптировать лучшие решения к актуальным вызовам рынка. Опыт участия в подобных событиях – это шаг к профессиональному росту и осознанию реальной ценности маркетинга в развитии бизнеса.