Факультет маркетинга и логистики УО «Белорусский государственный экономический университет»

(https://www.kem.by/faculty/%d1%84%d0%b0%d0%ba%d1%83%d0%bb%d1%8c%d1%82%d0%b5%d1%82-%d0%bc%d0%b0%d1%80%d0%ba%d0%b5%d1%82%d0%b8%d0%bd%d0%b3%d0%b0-%d0%b8-%d0%bb%d0%be%d0%b3%d0%b8%d1%81%d1%82%d0%b8%d0%ba%d0%b8-%d1%83%d0%be/)

Одной из основных опор современного и развивающегося общества является процветающая экономика. Сегодня в этой сфере заняты не только привычные всем экономисты, но и представители таких современных и востребованных профессий, как маркетологи и логистики. Изучить эти интересные специальности можно, поступив на факультет маркетинга и логистики УО «Белорусский государственный экономический университет».

Об актуальности специальностей, специфике труда будущих специалистов, а также особенностях процесса обучения расскажет декан факультета *Александр Александрович Цыганков.*



Александр Цыганков

– Александр Александрович, когда был создан факультет маркетинга и логистики?

– Наш факультет образован в далеком 1997 году. Тогда в его состав входили три кафедры: маркетинга, торговли средствами производства, технологии важнейших отраслей промышленности. За это время факультет значительно вырос, открылись новые, современные специальности и специализации, образовались и успешно функционируют новые кафедры, увеличился штат профессорско-преподавательского состава, организована магистратура, аспирантура и докторантура.

Факультет маркетинга и логистики сегодня – это свыше 2000 студентов, из которых 45 % – студенты дневной формы обучения, 55 % – студенты заочной формы обучения. Ежегодно факультет выпускает около 500 молодых специалистов.

– Каких специалистов выпускает факультет сегодня?

– За период своего существования на факультете осуществлен выпуск около 7000 специалистов

На многих отечественных предприятиях, фирмах и организациях не только Беларуси, но и стран ближнего и дальнего зарубежья, работают сотни выпускников нашего факультета. Они разрабатывают стратегии развития организаций и предприятий, формируют стратегии развития целых отраслей. И везде показывают глубокие профессиональные знания, являются примером в труде и поведении, обучают и воспитывают экономические кадры.

– Какие специальности можно освоить, поступив на факультет маркетинга и логистики? Какие квалификации присваиваются выпускникам?

– В состав факультета входят три выпускающие кафедры: маркетинга, логистики и ценовой политики, промышленного маркетинга и коммуникаций. Обучение студентов ведется по двум специальностям:

— **«Маркетинг»,** специализации: *«Маркетинг (без специализации)», «Международный маркетинг», «Промышленный маркетинг», «Рекламная деятельность» и «Ценообразование»*. Выпускникам присваивается квалификация *«маркетолог-экономист»*;

— **«Логистика»**, выпускникам присваивается квалификация *«логистик-экономист»*.


День открытых дверей

– По какой причине такие специалисты сейчас востребованы?

– Зачем в нашей жизни нужен маркетинг? Хочется привести цитату одного из основоположников маркетинга Ф. Котлера: «В благоприятной экономической ситуации маркетинг нужен для поступательного и стабильного развития предприятия, а в условиях кризиса он становится едва ли не единственным «механизмом», который способен обеспечить выживание предприятию». Отсюда можно сделать вывод, что такие специалисты просто необходимы для обеспечения налаженной работы сектора экономики.

Если говорить о логистике, то она представляет собой современную систему управления материальными, информационными и финансовыми потоками, нацеленную на повышение эффективности работы всего предприятия в целом и отдельных его структурных подразделений.

Специалисты в области логистики призваны сделать материальные и информационные потоки наиболее рациональными. Они внедряют оптимальные схемы перевозки грузов, устраняют излишние звенья в товаропроводящей сети, рационализируют материальные запасы, сокращают очереди, ускоряют таможенное оформление грузов, упрощают документооборот и т.д.

– В чем заключается специфика каждой специальности и специализации?

– Выпускники, окончившие специализацию «Маркетинг (без специализации)», востребованы в службах маркетинга предприятий и в организациях, оказывающих услуги по проведению маркетинговых исследований, разработке бизнес-планов и планов маркетинга, а также по внедрению принципов маркетингового управления на предприятиях, разработке рекламных кампаний и др.

Выпускники, окончившие специализацию «Международный маркетинг», востребованы в структуре министерств и ведомств, ответственных за разработку и реализацию стратегии выступления белорусских предприятий на внешнем рынке, во внешнеэкономических и внешнеторговых отделах совместных и иностранных организаций.

Следует отметить, что учебный план по данной специализации предусматривает углубленное изучение студентами иностранного языка на протяжении всего срока обучения.

Выпускники, окончившие специализацию «Промышленный маркетинг», востребованы в службах организаций и предприятий производственной и непроизводственной сфер, а именно в службах маркетинга, сбыта, закупок, материально-технического снабжения. Выпускники могут работать в оптовых торговых организациях, товарно-сырьевых биржах, брокерских конторах, лизинговых компаниях, фирменных

магазинах, внешнеторговых организациях, торговых домах.

Выпускники, окончившие специализацию «Рекламная деятельность», затребованы для работы в качестве менеджеров в организациях, имеющих службы рекламы, а также в рекламных агентствах, рекламно-издательских организациях, на радио и телевидении.

Специалисты по рекламе получают не только общее образование в области маркетинга, но и специальные знания по современным рекламным технологиям, менеджменту в рекламе, дизайну, основам работы с общественностью, правилам составления рекламных текстов, учатся работать на компьютере с графическими редакторами.

Выпускники, окончившие специализацию «Ценообразование», затребованы не только в службах маркетинга, экономических подразделениях организаций, но и в структуре министерств, учреждений и ведомств, ответственных за разработку ценовой политики и проведения контроля за правильностью ее исполнения.

Выпускники, окончившие специальность «Логистика», востребованы для работы в отделах логистики, сбыта, закупок, материально-технического снабжения, транспортного обеспечения, производственно-технических отделах, а также в диспетчерских и экспедиторских службах, службах таможенного оформления.



Международная научно-практическая конференция студентов «Национальная экономика Республики Беларусь. Проблемы и перспективы развития»

– Как и где, помимо университета, студенты могут приобрести практические навыки?

– Да, получение практических навыков должно проходить не только в стенах университета. Во время внеаудиторных занятий наши ребята посещают конференции, форумы, посвященные вопросам маркетинга и логистики, проводят маркетинговые исследования в торговых объектах, выступают в качестве волонтеров в организации профессиональных мероприятий в области маркетинга. К ним можно отнести такие известные мероприятия, как «Деловой интернет», «Неделя байнета», «Белый квадрат».

Студенты факультета посещают практически все промышленные и торговые выставки, которые проводятся в г. Минске, к примеру, в выставочных комплексах концерна «Белресурсы», «МинскЭкспо» и «БелЭкспо». Здесь ребята могут на «живом примере» изучить аспекты организации выставочной деятельности и проанализировать эффективность проведения выставки и маркетинговые активности принимающих участие предприятий.

Также в рамках выездных занятий студенты получают возможность ознакомиться с деятельностью

различных предприятий, выполнить ряд практических заданий на их примерах.
Отмечу, что сотрудниками нашего факультета организуются международные поездки для изучения опыта организации логистических систем и процессов, а также для ознакомления с новыми тенденциями в маркетинге.

– Где проходит практика студентов? Куда распределяются выпускники?

– Руководством факультета поддерживаются деловые связи с руководителями крупных организаций и предприятий республики, на которых студенты проходят учебные практики. Это создает благоприятную основу для высококачественной подготовки специалистов.
Кафедры факультета активно сотрудничают с представителями различных организаций, результатом чего являются действующие филиалы кафедр на базе предприятий. К таким предприятиям относятся известные всем ЗАО «Минский завод безалкогольных напитков», ООО «Управляющая компания холдинга «БезМузТВ», ОАО «Белкоммунмаш», ОАО «БИТ-Юнион», ООО «Интертрансавто», ООО «Евроторг» и т.д.
Хочется отметить, что специалисты филиалов кафедр на предприятиях оказывают нам неоценимую помощь: совместно с преподавателями кафедр они прорабатывают темы курсовых и дипломных проектов, уточняют учебные программы дисциплин специальностей, формируют программы практики.
Студенты могут выбрать предприятие и на протяжении обучения проходить там аналитическую и преддипломную практику, а после окончания факультета получить первое рабочее место.
Также выпускники нашего факультета могут трудоустроиться как в крупные промышленные предприятия Беларуси, консалтинговые и рекламные агентства, так и в структуры частного бизнеса, к которым относятся, например, компании «ОМА», ООО «Евроторг», «МТС», «Алютех», «Атлант-М» и др., а также создают свой бизнес. Выпускниками нашей кафедры основаны такие компании, как «Терра групп» и Центр управленческих решений «Сармонт».

– Как налажено международное сотрудничество факультета?

– Факультетом налажены эффективные партнерские отношения со многими ведущими высшими учебными заведениями страны, ближнего и дальнего зарубежья. Международным связям уделяется значительное внимание.
На данном этапе мы сотрудничаем с вузами Санкт-Петербурга, Москвы, а также с Высшей школой экономики (Варшава, Польша), Высшей школой логистики (Познань, Польша), университетом Кальяри (о. Сардиния, Италия), Ла Сапиенза (Рим, Италия), Национальным техническим университетом Афин (Греция), Университетом Loughborough (Лафборо, Великобритания), Университетом прикладных наук (Миттвайда, Германия), Международным университетом прикладных наук (Бонн, Германия), Университетом Амстердама (Нидерланды) и др.



Международный форум студенческих объединений Mittweida meets Eastern Europe

– Чем гордится ваш факультет?

– На факультете существует особая атмосфера доброжелательности и творчества, способствующая раскрытию всевозможных талантов и способностей. Многие ребята не ограничиваются посещением учебных занятий, уделяя большое внимание саморазвитию, накапливают опыт за счет стажировок, учебы на курсах рекламного мастерства и интернет-маркетинга. Наши студенты принимают активное участие в стартап-конкурсах, в том числе в ежегодном конкурсе «100 идей для Беларуси», в рамках учебных занятий работают над разработкой маркетинг- и бизнес-планов.

Отлично функционирует система студенческого самоуправления, при которой студенты старших курсов оказывают поддержку первокурсникам, выступая их тьюторами, прививая корпоративную культуру под лозунгом «Семья ФМк», организуя массу тимбилдинговых мероприятий и соревнований для быстрой адаптации в новой студенческой среде.

У нас работают прекрасные преподаватели, профессионалы своего дела. Следует упомянуть известных в Беларуси авторов ведущих изданий в области маркетинга и логистики – профессоров И.Л. Акулич и И.И. Полещук, которые преподают на нашем факультете.

Особой гордостью факультета можно считать созданный, в основном, силами студентов образовательный проект для студентов старших курсов, который дает возможность проверить свои силы при решении реальных бизнес-задач. Он получил название Bigin.

Он несет в себе простую идею – объединить целеустремленных студентов, которые хотят раскрыть свой потенциал и применять знания на практике, с представителями белорусского бизнеса.

Каждый год Bigin проводит две бизнес-игры, в которых принимают участие около 20-30 студентов. Генеральными партнерами проекта выступают крупные компании, представленные на нашем рынке. Они разрабатывают кейс, решить который должны участники проекта, и оценивают его в финале. За 7 сезонов проект охватил различные сферы белорусского бизнеса и сотрудничал с такими компаниями, как «British American Tobacco Трейдинг Компани», «Диамантпром», «ARTOX media», «Danone Belarus», «Белхим», «ПроЛив», СООО «Гейм Стрим», минский центр разработки Wargaming.


Конкурс первокурсников «Битва групп»

– Какими качествами должен обладать человек, которому будет интересно осваивать одну из специальностей факультета маркетинга и логистики?

– Основными качествами будущего специалиста с квалификацией «маркетолог-экономист» станут: умение анализировать, проводить точную оценку ожидаемых результатов, находить творческие решения в области брендинга и рекламы, способность нестандартно мыслить, стремление к познанию и применению на практике нового, коммуникабельность.

Абитуриенты, желающие освоить специальность «Логистика», должны обладать хорошими аналитическими способностями, дисциплинированностью, уметь логически мыслить, рационализировать процессы и операции, быть стрессоустойчивыми.

– Александр Александрович, что должны помнить абитуриенты, выбирая будущую профессию?

– Важно верно выбрать специальность, которая соответствует ожиданиям профессионального развития и роста, стремиться к постоянному самосовершенствованию, развивать профессиональные амбиции и всегда идти к намеченным целям.

Вера ЖИДОЛОВИЧ

Информация, размещенная на этом портале, является интеллектуальной собственностью Редакции. Все права защищены. Перепечатка разрешается только с гиперссылкой на kem.by.

Copyright © 2016 Журнал "Кем Быть?". All Rights Reserved.

Разработка и продвижение сайта - GREYMedia (//grey-media.com)