FMBest

ДЕКАБРЬ 2019

ОТВЕТСТВЕННЫЙ РЕДАКТОР	Дедук Дарья
НАД СТАТЬЯМИ РАБОТАЛИ	Беннер Александра Дедук Дарья Кучер Ева
АДРЕС	644074, г. Омск, ул. Нефтезаводская, 11, ФМБ, ОмГУ
ТЕЛЕФОН/ФАКС	+7 (3812) 673-799
ЭЛЕКТРОННЫЙ АДРЕС	http://www.fmb.ru/

НОВОГОДНИЙ ВЫПУСК

ОГЛАВЛЕНИЕ

4 СЛОВО РЕДАКТОРА

5 С НАСТУПАЮЩИМ НОВЫМ ГОДОМ

7 О ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

9 СЛАДКАЯ ЖИЗНЬ ТРЕТЬЕКУРСНИКОВ

11 ЧЕГО ЖДАТЬ ОТ DIGITAL-МАРКЕТИНГА В 2020 ГОДУ

13 ОДНАЖДЫ НА ФМБ

16 КАК МЫ "ЗАСВЕТИЛИСЬ"

18 "ЧЕРНАЯ ПЯТНИЦА" НА ФМБ

20 ОБРАТНАЯ СТОРОНА "ЛЕНТЫ"

22 ФМБ ПОКОРЯЕТ МИР

СЛОВО РЕДАКТОРА

Новый Год - это время исполнения всех самых заветных мечт и желаний, время волшебства и невероятных событий! Но самое главное, Новый Год - это прекрасный шанс начать все с чистого листа, оставив в уходящем году все проблемы, невзгоды и неудачи.

Вот и в этом выпуске журнала "FMBest" мы решили по-новому взглянуть на жизнь "внутри" ФМБ. Итак, встречайте нашу новую постоянную рубрику "ФМБ покоряет мир", в которой мы рассказываем о наших студентах, временно обучающихся зарубежом!

А еще, мы искренне верим, что такие душевные и, в то же время, мега - информативные предновогодние выпуски журнала станут традицией. Новогодней традицией ФМБ!

С НАСТУПАЮЩИМ НОВЫМ ГОДОМ

Уважаемые студенты, преподаватели и сотрудники ФМБ, от всей души поздравляем вас с наступающим Новым Годом!

2019 был годом очень непростым, насыщенным на различные мероприятия!

От всей души желаем Дусю Юрию Петровичу и Синявец Татьяне Дмитриевне былого размаха международного-образовательных программ, успешного приема абитуриентов на новый профиль "Цифровая экономика", а также побед студентов на всероссийских и международных конкурсах, конкурсах профессионального мастерства!

Отдельно хотим пожелать Ультан Светлане Ивановне успешных проектов при поддержке агентства стратегических инициатив!

И, как нам всем известно, все когда–то случается впервые! В связи с этим, редакция «FMBest» хотела бы, прежде всего, поздравить с «премьерами»:

Всех первокурсников с ПЕРВОЙ в своей жизни зачетной неделей и не менее волнительной ПЕРВОЙ сессией!

Первокурсников экономистов и второкурсников маркетологов – с предстоящей сдачей своих ПЕРВЫХ курсовых работ!

Рекламистов и маркетологов третьего курса с прохождением своего ПЕРВОГО дистанционного курса «Интернет – коммуникации»!

Всех четверокурсников с предстоящей защитой ПЕРВОЙ (и, надеемся, не последней) главы диплома!

ДАЛЬШЕ - БОЛЬШЕ!

О ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Летом 2017 года российское правительство утвердило систему реализации программы ци фровой экономики в стране, целью которой является формирование полноценной цифровой среды. По мнению властей, именно «цифровизация» экономики позволит России решить вопрос глобальной конкурентоспособности и национальной безопасности.

В 2020 году данное направление открывается и на нашем факультете, а потому, в этой статье мы хотим рассказать о цифровой экономике «от А до Я».

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА - ЭТО...

В утвержденной в России «Стратегии развития информационного общества РФ на 2017-2030 годы» дано следующее определение цифровой экономики: «Цифровая экономика – это хозяйственная деятельность, в которой ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде, обработка больших объемов и использование результатов анализа, которые, по сравнению с традиционными формами хозяйствования, позволяют существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг». Другими словами, цифровая экономика – это деятельность, непосредственно связанная с развитием цифровых компьютерных технологий.

ПЛЮСЫ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Цифровая экономика, а именно возникновение новых возможностей, безусловно, позитивным образом отражается на жизни человека. Благодаря развитию цифровых технологий, потребитель может быстрее получать необходимые ему услуги, экономить, покупая продукты в интернет-магазинах по более низким ценам.

Так, электронная версия книги обойдется вам в разы дешевле,
чем ее печатный аналог, на оптовой закупке в интернете, договорившись с другими потребителями, вы сэкономите больше, чем делая покупки в оффлайновых торговых точках. В конце концов, потребитель даже может начать свое дело онлайн, стать предпринимателем, не выходя из дома.

К другим плюсам развития цифровой
экономики Всемирный банк в своем обзоре «Цифровые дивиденды» относит: рост производительности труда; повышение конкурентоспособности компаний; снижение издержек производства;
создание новых рабочих мест; преодоление бедности и социального неравенства.

РИСКИ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Внедрение в жизнь «цифры» и электронной коммерции, тем не менее, несет для человечества и ряд минусов, среди которых: риск киберугроз, связанный с проблемой защиты персональных данных; рост безработицы на рынке труда, поскольку будет возрастать риск исчезновения некоторых профессий и даже отраслей; «цифровой разрыв» (разрыв в цифровом образовании, в условиях доступа к цифровым услугам и продуктам, и, как следствие, разрыв в уровне благосостояния людей, находящихся в одной стране или в разных странах).

ГЛАВНЫЕ ЦИФРОВЫЕ ЭКОНОМИКИ МИРА

«Цифровыми» странами-лидерами на
сегодняшний день являются Норвегия, Швеция и Швейцария. В топ-10 входят США, Великобритания, Дания, Финляндия, Сингапур, Южная Корея и Гонконг.

СЛАДКАЯ ЖИЗНЬ ТРЕТЬЕКУРСНИКОВ

12 ноября рекламистам и маркетологам третьего курса выпал шанс побывать на производстве одного из крупнейших производителей кондитерских изделий в России, компании «Сладонеж»!

Кондитерская фабрика «Сладонеж» – это крупнейший производитель кондитерских изделий в Сибири. Фабрика оснащена современным оборудованием австрийского, немецкого и итальянского производства. По изготовлению вафель компания входит в десятку крупнейших производителей России.

Каждые сутки «Сладонеж» производит более 100 тонн кондитерских изделий как для нашего города, так и для 50 регионов России, куда налажены стабильные поставки продукции.

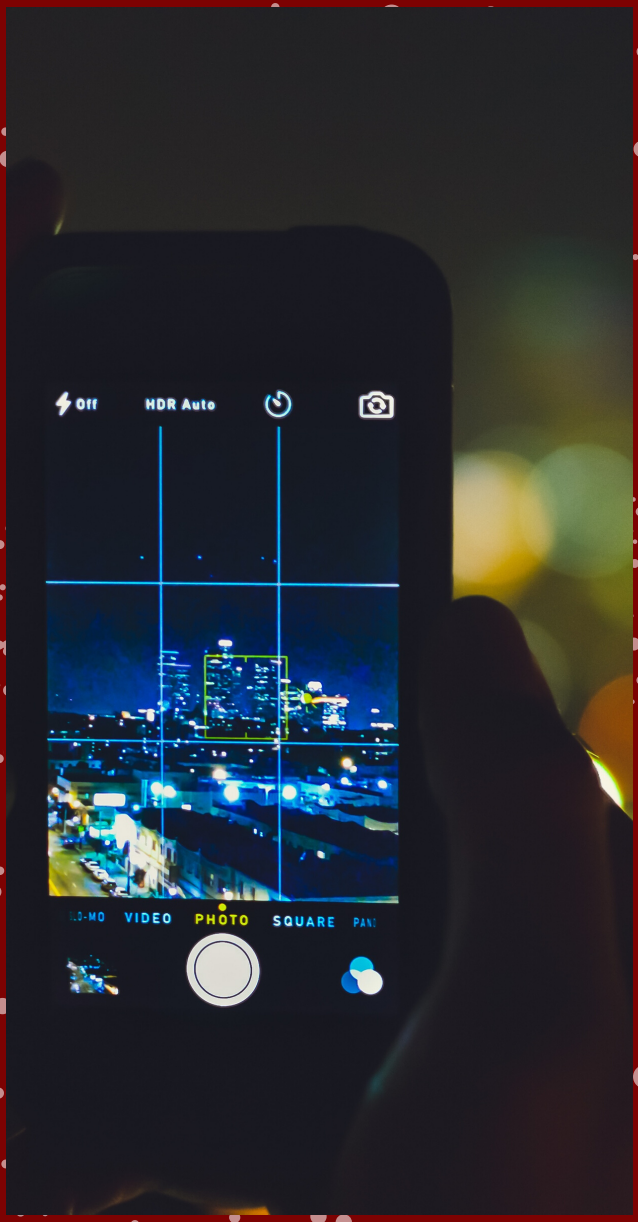
Студентам предоставили возможность понаблюдать за процессом создания вафель, конфет, пряников и вафельных трубочек, которые так любят жители не только нашего города, но и всей страны!

Рекламисты и маркетологи узнали о развитии международных связей компании. Так, продукция кондитерской фабрики «Сладонеж» уже есть на полках в таких странах как Китай, Ирак, Южная Корея, Монголия, Белоруссия, Казахстан и др.

Для студентов, чья будущая профессиональная деятельность будет связана с рекламой, интерес вызвала информация о процессе нейминга кондитерских изделий и вкусовых особенностях продукциив различных странах.

Например, в Китае почти не едят сладкое, а потому, кондитерские изделия производят в соответствии с вкусовыми пристрастиями азиатских жителей!

Особое внимание «Сладонеж» уделяет сохранению многолетних корпоративных традиций и созданию условий для карьерного роста каждого из сотрудников. К слову, компания пригласила всех желающих студентов на прохождение практики и выразила надежду на дальнейшее трудоустройство! Студенты остались довольны познавательной экскурсией и чаепитием, ставшим поистине гвоздем программы!



ЧЕГО ЖДАТЬ ОТ DIGITAL - МАРКЕТИНГА В 2020 ГОДУ

DIGITAL-MARKETING

Ни для кого не секрет, что смена десятилетий сопровождается сменой используемых технологий и инструментов, что вынуждает все компании подстраиваться под нововведения и следовать трендам для сохранения своей позиции на рынке.

Digital – marketing (или, по-другому, цифровой маркетинг) состоит из SEO, SMM, PPC, CPA, аналитики, автоматизации и многого другого.

В 2020 году в digital – маркетинге будут актуальны множество трендов, среди которых:

1.ГОЛОСОВОЙ ПОИСК

Голосовой поиск – один из самых главных трендов digital – маркетинга в 2020 году. Голосовой ввод текста и голосовой поиск пользуются огромной популярностью последние несколько лет и есть все основания считать, что голосовой поиск и на 2020 год он останется одним из ведущих digital - трендов.
По данным Google, 20% запросов в поисковой системе пользователями делается голосом, а 71% владельцев смартфонов в возрасте от 18 до 29 лет регулярно пользуются голосовыми помощниками. Ожидается, что сайты и бизнес - аккаунты в социальных сетях будут оптимизированы под голосовые поисковые запросы.

Данная тенденция является основанием для преобразования своего ресурса, создание более эксклюзивной версии.

2.ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ

Использование мессенджеров, почты или социальных сетей больше не предполагает массовое распространение информации, так как пользователи становятся умнее, а алгоритмы распространения меняются. Персонализация предполагает коммуникацию между брендами и людьми, при этом брендам необходимо знать о потребителях все для успешного продвижения и продажи товаров, причем конкретно тех, которых необходимы конкретному человеку. Для
многих брендов их потребитель неизвестен и устранение этой проблемы – важный тренд 2020 года.

3. ЧАТ - БОТЫ

Практически все крупные и продвинутые компании к 2019 году уже получили свой опыт в использовании чат – ботов. Чат - боты имеют множество преимуществ, как, например, то, что с помощью них любой человек может быстро и просто узнать информацию о товаре или услуге. В 2020 году чат - ботов станет еще больше, но, вероятнее всего, они будут подвержены модификациям.

ОДНАЖДЫ НА ФМБ...

27 СЕНТЯБРЯ 2019 ГОДА НА ФАКУЛЬТЕТЕ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА ПРОШЛО ТРАДИЦИОННОЕ ПОСВЯЩЕНИЕ В СТУДЕНТЫ ПЕРВОКУРСНИКОВ.

«Посвящение в студенты» для первокурсников – это ежегодная традиция, знакомая каждому студенту старшекурснику! А для вчерашних абитуриентов – это мероприятие всегда загадочно и таинственно, ведь так интересно узнать, что же ждет в этот "день Х".

В 2019 году на факультете международного бизнеса посвящение проходило в последнюю неделю сентября, а заключительное действие - 27 числа.

Не случайно в этом году темой для посвящения стала одноименная картина Квентина Тарантино «Once upon a time in... Hollywood», ведь, если задуматься, студенческую жизнь можно сравнить с фильмом! Для кого - то это драма, для кого - то - комедия, а для кого - то и полнометражный хоррор...

На официальной части посвящения студентов первого курса и преподавателей ждали конкурсы и испытания.

Декан факультета, доктор экономических наук, Тарантино наших фильмов - Юрий Петрович Дусь выступил с воодушевляющей речью, которая, к тому же, закончилась известной фразой из фильма "Мстители", что не могло не вызвать ажиотаж и громкие аплодисменты среди тех, кто "в теме".

Однако, все-таки, самой важной частью мероприятия являлось произнесение клятвы, которую обязан дать каждый первокурсник!

Абсолютно непредсказуемая и безумная неофициальная часть посвящения – то, что первокурсники не забудут никогда.

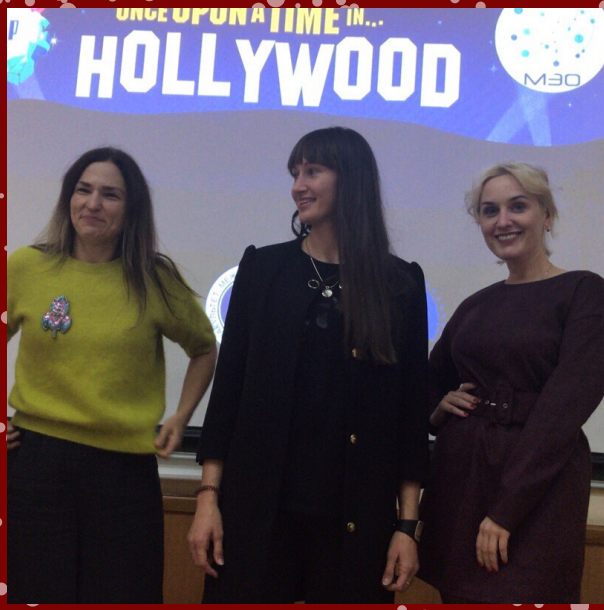
Проведенная в атмосфере фильма «Оно 2», леденящая душу и вселяющая страх, она останется в памяти первокурсников на долгие годы!

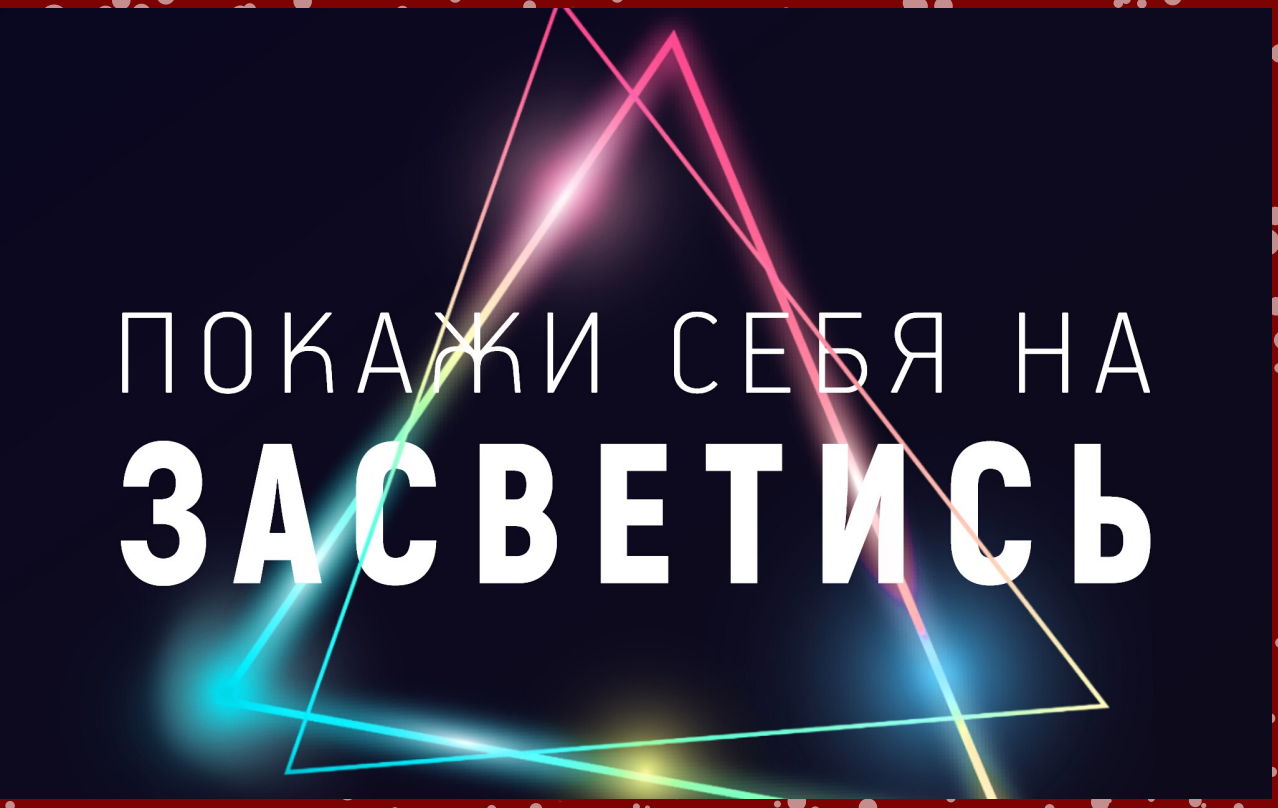
Подробности проведения этой части мы раскрыть не можем, ведь всем студентам и преподавателям известно: то, что было в подвале, остается в подвале!

Хотим поблагодарить организаторов мероприятия, ведущих и участников за великолепно проделанную работу!

Мы надеемся, что любовь студентов к ФМБ не иссякнет с годами. Желаем им успешной учебы и великих свершений!

МиР
ONCE UPON A TIME IN...
HOLLYWOOD
МЭО
NETFLIX
WARNER BROS. PICTURES
ОМСК
1998
Paramount
A VIACOM COMPANY


HOLLYWOOD
МЭО



КАК МЫ "ЗАСВЕТИЛИСЬ"

"ЗАСВЕТИСЬ" 2019

Конкурс “Засветись” – это традиционная ежегодная битва рекламистов. Уникальный шанс для студентов всех курсов проявить себя, показать свой талант, знания и умения в области рекламы. И несмотря на то, что этот конкурс организован, в первую очередь, для рекламистов, радует тот факт, что маркетологи принимают в нем активное участие, демонстрируют свои таланты и не уступают в креативности!

В этом году участникам было предложено подготовить видеоролик или рекламный постер с целью прорекламировать один из бесполезных товаров: USB-камень, диетическую воду, телефонную ретро-трубку для смартфона, кофту на двоих, головной убор для вытирания слез.

Несмотря на бесполезность товаров, студенты активно включились в работу. Задача оказалась очень интересной и позволила участникам безудержно креативить. Участники показали мастерство работы в Adobe Photoshop и других редакторах, съемке и монтаже рекламных видеороликов. Конкуренция была действительно высокой!

В состав судейской комиссии входили: д.э.н., профессор, зав. кафедрой МиР Синявец Т.Д., к.э.н., доцент Лунёва Е.А., к.э.н., доцент кафедры МиР Катунина Н. В., старшие преподаватели Веретено А.А. и Судакова Т.В.

Уважаемые судьи оценивали каждую работу по жестким критериям и учитывали все плюсы и минусы работ. Судейство было справедливым, но нелегким, определить победителей было действительно сложно, так как все работы были выполнены и презентованы на высоком уровне.

Победителем в номинации “Лучший рекламный видеоролик” стала студентка первого курса Скрябина Ульяна. Она представила рекламу диетической воды. Второе место занял Лобацеев Дмитрий (гр. БМБ-803) с рекламой USB-камня, а третье место – Белецкий Егор и Рябко Владислав (гр.БМБ-903) с рекламой головного убора для вытирания слез. В номинации “Лучший рекламный постер” первое место заняла студентка третьего курса гр. БРБ-705 Дедук Дарья с рекламой VIP USB-камня.

Также в этой номинации второе и третье призовые места заняли Богданов Ан-дрей и Сосновская Юлия.

Все победители получили крутые призы от спонсоров мероприятия!

Мы желаем всем участникам и победителям успехов в любых начинаниях!

"ЧЕРНАЯ ПЯТНИЦА" НА ФМБ

На ФМБ состоялись мастер-классы с участием директора рекламного агентства "Гринвич" Дмитрием Гриневым.

12 и 19 ноября 2019г.
для студентов групп БРБ-705 и БМБ-703 были организованы встречи с выпускником ФМБ, экс-директором рекламного агентства «Коперник», и действующим директором собственного рекламного агентства «Гринвич» Дмитрием Гриневым. Дмитрий рассказал студентам об особенностях такой творческой сферы деятельности как event - менеджмент, о различных мероприятиях и сложностях организации работы агентства, о том, как действовать в экстренных ситуациях, как решать, казалось бы, нерешаемые задачи.

Самое главное в мастер – классах Дмитрия – это передача практических знаний об особенностях планирования бюджета для различных мероприятий.

Получив бриф на разработку концепции мероприятия "Black Friday" для ТЦ МЕГА, студенты вместе с практиком разбирали абсолютно все аспекты мероприятия: развлекательную часть для гостей, преимущества, которыми владеют обладатели MEGA CARD, сценарий мероприятия и т.д.

Студенты детально обсудили с Дмитрием различные идеи проведения мероприятия, разбирали все плюсы и минусы. Было очень интересно, познавательно и действительно полезно, поэтому ребята договорились с Дмитрием о повторной встрече.

Ко второй встрече студенты готовились заранее: работали над презентацией концепции мероприятия “Black Friday” с учетом всех корректировок.

Студенты-маркетологи предложили игры в таких форматах как «МегаПазл», «МегаТетрис» и «МегаЛабиринт».

Студенты-рекламисты выдвинули идею создания казино, которое работало бы по принципу «совершил покупку - обменял чек на жетоны - сыграл на автомате - получил призы».

По окончании второй встречи Дмитрий пригласил всех студентов в МЕГУ для участия в интеллектуальной игре «Что? Где? Когда?».

Стоит отметить, что директор «Гринвича» также рассказал о возможности прохождения практики у него в агентстве, что, безусловно, очень заинтересовало наших студентов! В общем, было здорово узнать особенности будущей профессии «изнутри»!

ОБРАТНАЯ СТОРОНА "ЛЕНТЫ"

22 октября студенты группы БМБ–703-О, в рамках изучения дисциплины "Управление сбытом продукции", посетили один из самых успешных гипермаркетов нашего города – гипермаркет торговой сети "Лента".

Первоначально студентов познакомили с общими принципами работы современного гипермаркета федерального уровня, рассказали о менеджменте в компании, о ее потрясающих успехах. А они действительно поражают: например, за последние 10 лет "Лента" открыла более 150 новых гипермаркетов в различных городах России, построив каждый с нуля. Специалисты логистической зоны магазина познакомили МиРовых студентов с особенностями приемки товаров на складское хранение, продемонстрировали современное оборудование для учета поступающих партий.

Напоследок - самое интересное! Будущие маркетологи познакомились с принципами организации торгового зала.

ГИПЕРМАРКЕТ "ЛЕНТА"

Студентам рассказали про мерчендайзинг основных товарных групп, показали планограммы полок на примере секции кормов для животных, познакомили с особенностями организации основной торговой улицы магазина.

Отдельное внимание было уделено изучению вопросов сервиса для покупателей, работы кассовых зон и организации безопасности. Впечатление произвела корпоративная программа, которая самостоятельно не только анализирует остатки продукции в торговом зале и на складе, но и формирует новые периодические заявки поставщикам и рассылает их.

Изюминкой стало посещение собственного производства гипермаркета.

Маркетологи узнали, что, например, фирменное печенье компании, которое продается по всему сибирскому дивизиону, делают у нас в Омске, именно в той самой "Ленте", где и прошла экскурсия.

Сильное впечатление произвела внутренняя корпоративная культура компании. Организация мотивирует, обучает, поощряет своих сотрудников.

Это прослеживается как в отдельных элементах интерьера помещений, так и в потрясающих карьерных передвижениях сотрудников. Большинство представителей руководящего состава магазина начинали работать на низовых уровнях, с должностей продавцов, секретарей, электриков и т.д.. Можно сказать, что компания успешно стимулировала их профессиональный рост!

Воодушевленные экскурсией студенты вернулись к учебному процессу, теперь им предстоит проанализировать полученную информацию. Наш факультет начал работу по заключению соглашения о сотрудничестве с гипермаркетом "Лента", чтобы иметь возможность практиковаться и стажироваться в хорошей компании на постоянной основе.

ФМБ ПОКОРЯЕТ МИР

Наш студент - четверокурсник Герасимов Олег в данный момент проходит обучение в Венгрии по программе Stipendium Hungaricum и охотно делится своими впечатлениями!

"Всем привет! Пишу прямиком из Венгрии! Однажды я уже учился за границей по программе академического обмена студентами YEAR и провёл целый год в США, получил множество интересных знаний, объездил страну вдоль и поперёк, обрёл сотни новых знакомств. Я получил столь неоценимый опыт и решил не останавливаться на достигнутом, поэтому в прошлом году подал заявку на программу Stipendium Hungaricum — программу правительства Венгрии по академическому обмену студентами. Программа полностью покрывает расходы на обучение и проживание в Венгрии, предоставляет стипендию и страховку".

Олег также рассказал, что пройти отбор очень легко — нужно лишь заполнить анкету, написать мотивационное письмо, предоставить два рекомендательных письма и сертификат о знании английского языка.

"Пара дней и дело в шляпе", - рассказывает Олег, - также важно выбрать университет и желаемую специальность. Поскольку моя специальность ОмГУ — мировая экономика, я решил выйти из зоны комфорта и попробовал себя в новой сфере — выбрал бизнес-администрирование в качестве моей специальности на время обучение в Венгрии.

Осенний семестр 2019/2020 учебного года я провожу в Университете Дебрецена — второго по величине города Венгрии. Это очень уютный город в самом центре Европы, и поэтому есть возможность посетить множество европейских городов и стран.

В чем преимущество быть студентом по обмену? Никто вас ни к чему не обязывает! Вы можете выбрать любое желаемое количество предметов и расставить приоритеты по-своему.

Кто-то решает получить как можно больше академических знаний и берет больше десяти предметов для обучения. Другие же берут минимально необходимое количество предметов (4-5) и тратят свободное время на знакомство с культурой, путешествия и студенческие вечеринки» .

Также Олег был участником программы YEAR (США): «Я пропускал целый год в ОмГУ — брал академический отпуск, а программа Stipendium Hungaricum оформляется в качестве академической мобильности, а это значит, что вы можете совмещать учебу в Венгрии и в России! К сожалению, большинство студентов не верят в свои силы и даже не пытаются подавать заявки на программы обмена. А зря! Будьте уверены в себе, и все получится!"

Мы от всей души поздравляем Олега и желаем ему успехов в учебе и покорения любых высот!

УСПЕХОВ В НОВОМ УЧЕБНОМ ГОДУ!

ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА
ОМСК
1998