

## ЗВІТ ПРО КОНФЕРЕНЦІЮ «B2B-МАРКЕТИНГ» 2016 РОКУ

14-15 квітня 2016 року на базі НТУУ «КПІ» відбулася X Всеукраїнська науково-практична конференція «B2B-маркетинг» для студентів, аспірантів та молодих вчених. У ролі організаторів виступили ініціативні студенти кафедри промислового маркетингу, які реалізовували свою діяльність за підтримки викладацького складу.



Конференція проходила два дні і не випадково, так як програма була дуже насичена. Вона включала в себе відкриті лекції висококласних спікерів, які давно працюють у сфері маркетингу і досягли в ній не аби яких успіхів, а також захист тез серед студентів і кейс-змагання.

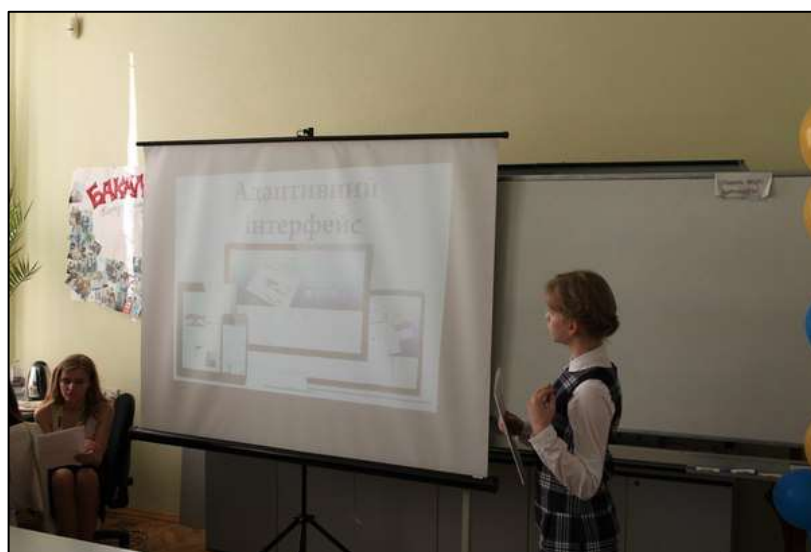


14 квітня о 9.15 розпочалася реєстрація на конференцію, після чого о 10.00 відбулося урочисте відкриття конференції. Під гімн студентів «Gaudeamus» та вступну промову завідувача кафедри промислового маркетингу - Солнцева Сергія Олексійовича, наша конференція офіційно була відкрита. Об 11.00 число зареєстрованих учасників перетнуло позначку у 160 гостей,

що є відмінним показником! Конференція проходила відмінно, спікери один за одним змінювали один одного, а захоплених слухачів можна було виманити тільки запропонованою чашкою свіжої кави і печивом.



Після першої частини дня, яка була відведена спікерам, ми вирушили в 193А, де відбувався захист тез. Хотілося б виділити і висловити подяку нашим гостям зі Слов'янська, які знайшли час і можливість відвідати нашу конференцію. Було дуже приємно!



Доповіді були на абсолютно різних темах, починаючи від проблем в сучасному промисловому маркетингу і закінчуючи брендингом компаній. Все настільки занурилися в презентації робіт учасників, що зовсім не помітили, як настав вечір. Після доповідей йшло нагородження найкращих презентацій, які отримали дипломи та шикарні подарунки від генерального спонсора конференції - L'OREAL. Юні вчені залишилися задоволені.



Спікери другого дня приходили з найцікавішими доповідями і своїми унікальними манерами подачі матеріалу. А що найкраще з цього, так це те, що відсутність великого скупчення народу дозволило студентам, за чашкою гарячого чаю, в такий похмурий день, особисто поспілкуватися з важливими їх спікерами, що надавало заходу якоїсь особливої привабливості.

Цікавими були виступи спікерів по самоорганізації, саморозвитку та їхні доповіді про особливості роботи в команді. Також, ажітаж з боку студентів виявився під час виступу нашого генерального партнера конференції – Професійної Футбольної Ліги України. До нас завітала дружня та привітна команда, на чолі із директором ПФЛ Сергієм Макаровим.



Конференція була наповнена цікавою інформацією для студентів. Спікери ділилися своїм досвідом та надавали цінні рекомендації всім присутнім. Також, у залі була окрема фотозона, для того, щоб кожен міг сфотографуватися і закріпити в пам'яті свою участь.



Хочеться висловити окрему подяку студентському організаторському комітету і викладачам кафедри промислового маркетингу.

До нових зустрічей!



## **Звіт про кейс-змагання в рамках конференції «B2B-маркетинг»**

15 квітня відбулися кейс-змагання в рамках конференції «B2B-Marketing». Цього року, для завдань кейсу було обрано компанію ТаKaDu.



Наказом президента України №641 від 16 листопада 2015 року, 2016 рік був оголошений «Роком англійської мови». Саме тому, перед учасниками змагання постала задача вирішити кейс англійською мовою. Досвід вирішення даного кейсу, мають всі учні Гарвардської школи бізнесу. Відтепер його мають і наші студенти.



До участі у змаганні долучилися 15 команд. В якості журі виступили викладачі кафедри промислового маркетингу.



До фінальної частини кейс-змагань було допущено 4 команди (3 команди з КПІ та 1 з Харківського ВУЗу). Хотілося б відзначити, що серед учасників були присутні не тільки представники маркетингової сфери, але і команда економістів, яка порадувала своїм вирішенням завдання. Це свідчення того, що наша конференція виходить на нові рівні. Що стосується самого кейса, то він був досить насиченим за своєю інформацією, та ще й ускладнений англійською мовою викладення. Але це ні крапельки не завадило учасникам, які відмінно справлялися з поставленими завданнями.



Серед команд-фіналістів була команда першокурсників, які вразили журі своїм особливим розв'язком.



Були запропоновані цікаві ідеї і представлені результати власного аналізу перспектив компанії ТаКаDu. Викладачі кафедри розподілили призові місця серед учасників, та подарували призи від наших спонсорів: Квест-простору «Лазейка» та «L'OREAL».



Щиро дякуємо всім, хто долучився до участі в кейс-змаганні. До нових зустрічей!

