

## Семинары и стажировки от индустриальных партнеров: FBS в Политехе



В рамках проводимого Высшей школой производственного менеджмента цикла семинаров для студентов направления «Менеджмент» на прошедшей неделе ИПМЭиТ посетила компания [FBS](#). Компания FBS является высокотехнологичной продуктовой компанией, разрабатывающей IT и рекламные решения на рынке финтеха с 2009 года. На сегодняшний день компания предоставляет торговую платформу FBS Broker, которая объединяет 16 миллионов человек по всему миру предоставляя им возможности для трейдинга. На встрече присутствовали Product owner мобильного продукта Евгения ХОЖАЙЛОВА и бренд-менеджер Анна ЕРМАКОВА. ВШПМ представляли студенты профиля «Маркетинг» и других профилей, руководитель образовательного кластера «Функциональный менеджмент» Ирина ЗАЙЧЕНКО, заместитель директора ВШПМ по работе с индустриальными партнерами Егор ТЕМИРГАЛИЕВ и заместитель директора ВШПМ по продвижению Алексей ТРЫКОВ.

На гостевой лекции представители компании FBS рассказали о своей организации, про наиболее актуальные и востребованные инструменты цифрового маркетинга, объяснили специфику работы на финтех рынках. Большое внимание было уделено цифровой трансформации методов продвижения и оценки эффективности.

«Компания FBS существует на рынке уже более 12 лет, но только в последнее время мы стали продвигать свой бренд на рынке России, — говорит Евгения ХОЖАЙЛОВА, — в нашей команде уже более 350 человек и сейчас мы активно развиваемся, а компания постоянно растет». Кроме того, Евгения рассказала о передовом опыте компании в области маркетинга, в частности речь шла о том, как выглядит современный рынок таргетированной рекламы, и какие направления для маркетинга в сети Интернет являются наиболее востребованными.

Также был затронут аспект пандемии и работы из дома. Спикер осветил особенности потребления контента людьми в таких условиях, рассказал о том, как компания к ним адаптировалась. В частности, речь шла о том, как по-разному отразилась пандемия на разных культурах, а также о разных подходах продвижения для различных стран в зависимости от их менталитета. Не обошли стороной и традиционные методы продвижения, одним из которых является спонсорство — компания FBS является официальным трейдинговым спонсором футбольного клуба Барселона. Этот метод помогает компании создать благоприятный имидж, который необходим для доверия розничных клиентов на финансовых рынках.

На заданный студентами вопрос о том, какими компетенциями должен обладать современный маркетолог, Евгения ХОЖАЙЛОВА ответила: «Цифровой маркетинг сегодня является одной из наиболее быстрорастущих отраслей. Практически ежедневно появляются новые инструменты и способы донести информацию до потребителя точнее и лучше, чем это сделают конкуренты, поэтому для современного маркетолога важнее всего оставаться гибким, уметь адаптироваться к изменениям и стараться получить практический опыт как можно раньше».

Представители Высшей школы поддержали ответ Евгении. «Такого прикладного подхода в обучении современных менеджеров придерживается и Высшая школа производственного менеджмента», — комментирует Егор ТЕМИРГАЛИЕВ. «Именно поэтому наша Высшая школа делает большой упор на практическую составляющую образования, — дополнил руководитель образовательного кластера «Функциональный менеджмент» Ирина ЗАЙЧЕНКО, — при этом мы стремимся дать не только профессиональные навыки во время практик студентов, но и привлекаем индустриальных партнеров к преподаванию на наших образовательных программах, чтобы студенты могли получать реальные навыки из первых рук. Уже сейчас на программах маркетинга читают специалисты из трех компаний сектора реальной экономики, в том числе и ваши коллеги из FBS!»

[Более подробная информация размещена на сайте ИПМЭиТ imet.spbstu.ru.](http://imet.spbstu.ru)

