

Компания ПСС - «трамплин в профессию» для молодых маркетологов ВШПМ



Одной из важных составляющих практико-ориентированного образования является системная работа вуза с индустриальными и бизнес-партнерами, позволяющая планомерно выстраивать совместные мероприятия и активности для студентов. Ярким примером такого взаимодействия выступает сотрудничество Высшей школы производственного менеджмента с компанией ПСС.

Общество с ограниченной ответственностью «ПСС» – консалтинговая компания, специализирующаяся на решении стратегических задач, связанных с повышением эффективности бизнеса компаний строительной отрасли и реализации проектов комплексной цифровизации на основе BIM-технологий.

Сотрудничество ВШПМ и ООО «ПСС» развивается не так давно, с 2023 года, но стремительно. Генеральный директор компании Павел БАЛОБАНОВ активно участвует в научных конференциях, проводимых ИПМЭиТ, встречах со студентами, открытых лекциях, кейс-чемпионатах.

Компания стала генеральным партнером четвертого молодежного конкурса

предпринимательских идей «The Blue Ocean Open Polytech Entrepreneurship Competition» – 2024 ([ссылка](#)), предоставив 140 000 руб. для призового фонда студентам.

Павел БАЛОБАНОВ – прогрессивный молодой руководитель, пригласил на работу в компанию в отдел маркетинга молодых специалистов, студентов и выпускников ВШПМ профиля бакалавриата «Маркетинг» и магистерской программы «Маркетинговые коммуникации и рыночная аналитика». Он не боится доверять им решение сложных задач, таких, например, как работа в команде по организации и проведению ежегодной масштабной конференции «ВІМ на практике», одного из ярких событий строительной отрасли 2024 года ([ссылка](#)).

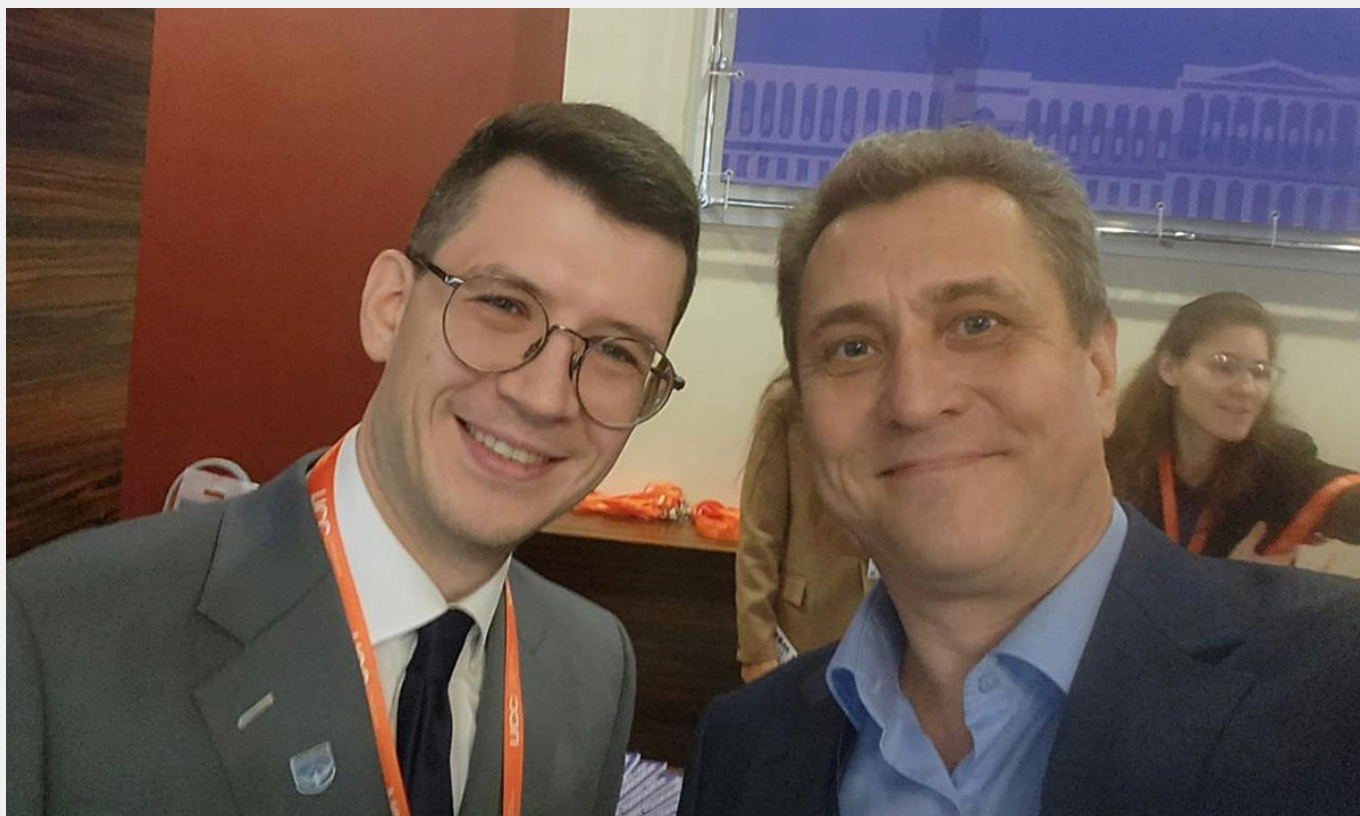


Слева направо на фото: Веста Налимова, Анна Поздеева, Валерия Бобылева

Начиная с 2023 года в ООО «ПСС» в отдел маркетинга устроились семь студентов и выпускников ВШПМ по соответствующей специализации профессиональной деятельности. В частности, в отделе маркетинга работают Анна ПОЗДЕЕВА (выпускница 2024 г. магистерской программы «Маркетинговые коммуникации и рыночная аналитика») в должности специалиста по маркетингу и Веста НАЛИМОВА (выпускница 2022 г. профиля бакалавриата «Маркетинг») в должности event-менеджера. Также на позиции помощника специалиста по маркетингу в компании стажировалась студентка 3-го курса ВШПМ профиля «Менеджмент в строительстве» Валерия БОБЫЛЕВА.

В качестве темы НИР для студентки 1-го года обучения магистерской программы «Маркетинговые коммуникации и рыночная аналитика» Елизаветы АНТОНОВОЙ (научный руководитель к.э.н., доцент ВШПМ Анастасий Климин, руководитель научным содержанием магистерской программы) выбрана тема «Планирование и анализ эффективности event-мероприятий в консалтинге на B2B рынках». Елизавета будет проводить свою НИР, опираясь на опыт выпускников ВШПМ и текущую информацию, предоставляемую компанией.

Павел Михайлович на встречах со студентами ВШПМ по поводу своего отношения к молодым специалистам, пусть и без опыта работы, любит приводить пример раскола в 1935 году известной консалтинговой компании McKinsey, основанной в Чикаго в 1926 году. Первыми партнерами McKinsey были Том Кирни, присоединившийся к компании в 1929 году, и Марвин Бауэр, начавший работу в 1933-м году. В 1935 году, когда основатель Джеймс МакКинзи уже не работал в фирме, Марвин Бауэр настаивал на расширении деятельности компании и привлечении молодых выпускников бизнес-школ, в то время как Том Кирни, наоборот, хотел остаться в Чикаго, сосредоточившись на привлечении опытных бухгалтеров. В результате «победила молодость», Том Кирни ушел и основал свою компанию. В 1950-х годах, под руководством Марвина Бауэра, McKinsey & Company начала принимать в партнеры не зрелых специалистов, а выпускников престижных учебных заведений. Клиенты не очень одобряли это изменение, но выручка фирмы выросла с 2 млн долларов в 1950 году до 200 млн в 1967 году.



Высшая школа производственного менеджмента выражает благодарность компании «ПСС» и надеется на дальнейшее продуктивное сотрудничество!