

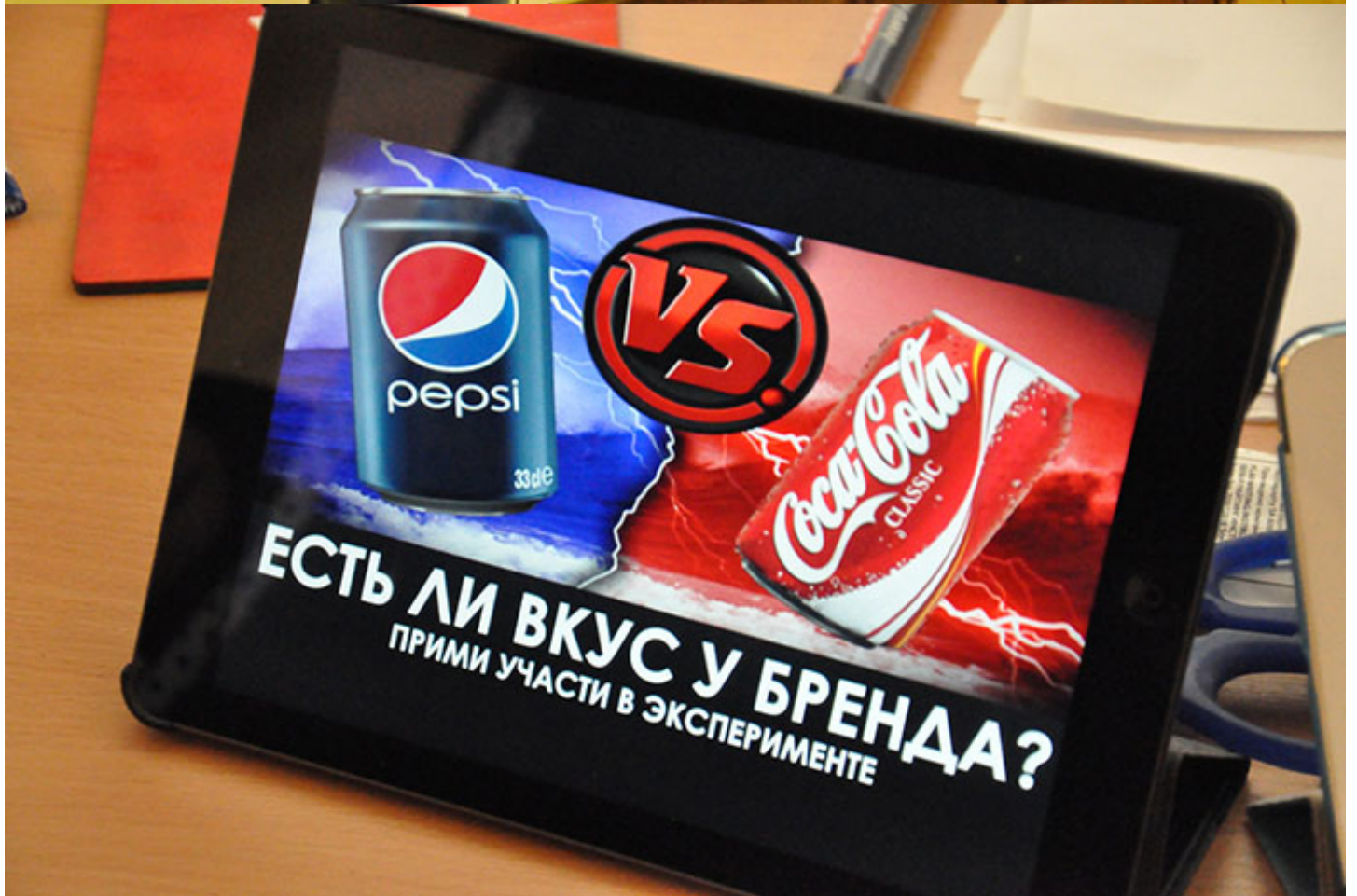
## На «Полифесте» рассказали о том, что такое маркетинг



11 сентября в Политехническом университете состоялся масштабный фестиваль научных достижений молодежи в области технологий, дизайна и науки - «Полифест». С открытой лекцией об истории и современных методах маркетинга выступил доцент Высшей школы маркетинга и малого предпринимательства ИПМЭиТ – Анастасий Игоревич Климин.

На примерах отрывков из фильмов «Кадры» и «Чего хотят женщины?» он показал, как важно понимать, о чем думают потребители и каким образом использование этих знаний может помочь бизнесу.

«Сейчас непонимание роли коммуникаций и цифрового маркетинга приведет к тому, что о вашем бизнесе просто не узнают, и никто не найдет его никогда и нигде, -подчеркнул Анастасий Игоревич. -В то же время, у Coca Cola один маркетинг, у Mercedes – другой. Существуют разные подходы, стратегии и каждый должен понять, что ему ближе и использовать это для покупателей своей продукции».





Работать с потребительскими предпочтениями разработчикам можно еще на этапе проектирования. Наиболее сложным это оказывается для автомобильного рынка, отраслей судостроения и машиностроения. Выступающий привел в пример «Центр компьютерного инжиниринга» Политехнического университета, сотрудничающего с Институтом передовых производственных технологий. Разработка новых моделей автомобилей методами компьютерного инжиниринга позволяет специалистам Центра совершенствовать продукты заказчиков еще на начальных стадиях.

Помимо этого, лекция оказалась интересной для всех любителей рекламы и брендов. На примере популярных песен группировки «Ленинград» Анастасий Игоревич показал, почему так часто на экранах стали появляться образы из индустрии музыки. Параллельно выступлению в холле Главного здания проходил конкурс, в котором мог принять участие каждый желающий. Студенты Высшей школы маркетинга и малого предпринимательства ИПМЭИТ предлагали посетителям «Полифеста» вслепую продегустировать напитки Соса Сола и Pepsi и угадать, где скрывается каждый из них. Не многие справились с заданием успешно, что в очередной раз показало силу влияния брендов в области маркетинга товаров широкого потребления со слабо различимыми свойствами.

Всю лекцию вскоре можно будет посмотреть на YouTube.