

## ВСЕУКРАЇНСЬКЕ СТУДЕНТСЬКЕ КЕЙС-ЗМАГАННЯ З МАРКЕТИНГУ

*6 березня в Національному технічному університеті України «Київський політехнічний інститут» відбулася фінальна частина Всеукраїнського студентського кейс-змагання з маркетингу в рамках VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених «B2B–маркетинг», організованої кафедрою промислового маркетингу НТУУ «КПІ».*

Цього року інформацію для написання кейсу надала компанія IDS Group Ukraine: основна тема обговорення – як долучитися до масштабної події без спонсорського бюджету. Свого часу IDS Group Ukraine використали так званий ambush-маркетинг для розвитку свого бренду "Моршинська" під час "Євро-2012". Студентські команди мали проаналізувати як впли-

нув «неофіційний футбольний маркетинг» на ставлення споживачів до бренду, а також запропонувати подальші дії щодо івент-маркетингу та спонсорства для бренду «Моршинська».

У відбірковому етапі взяли участь понад 20 команд з різних університетів м. Києва та інших міст. До фіналу вийшли дев'ять кращих, які й презентували свої варіанти вирішення завдань



кейсу перед авторитетним журі, яке очолила генеральний директор Української асоціації маркетингу Лілик Ірина Вікторівна. Також до складу журі увійшли стратег Маркетингової групи OS-Direct Геннадій Васильєв та викладачі кафедри промислового маркетингу НТУУ «КПІ».

Під час виступів усі команди проявили креативність та оригінальність, уміння відповідати на складні запитання від команд-конкурентів та членів журі. Але призові місця вибороли ті, хто крім креативності зміг також продемонструвати глибокий аналіз ситуації на ринку та аргументувати практичну значущість своїх висновків і рекомендацій.

Переможцем стала команда НТУУ «КПІ» «Джокер» у складі Дяченко Олени, Менделєвої Вікторії, Сапеги Лідії та Тітової Вікторії, II місце посіла

команда КНТЕУ «Ліса» у складі Гранат Лілії, Чиж Лілії та Кривенка Олександра. III місце поділили між собою дві команди: «Ідея Фікс» (Говтвяниця Альона, Кувиркова Марія, Шевчук Ірина) і Dark Horse (Омецинська Анастасія, Мулик Леся, Липницька Ольга, Пилипенко Ніна) з НТУУ «КПІ».

Журі також відзначило команди «Два товариша» з КНЕУ (Алексєєнко Андрій, Григорович Василь) за нестандартний підхід до розв'язання кейсу та «911» з НТУУ «КПІ» (Менькова Кристина, Голидьбіна Алла, Щедрий Ілля, Качараба Наталія, Голубока Тетяна) за активну участь в обговоренні та кращі запитання.

*Вітаємо переможців та сподіваємось, що наступного року кейс-змагання з маркетингу збере ще більше учасників.*

