

Маркетинг



Газета кафедри маркетингу ЧНУ

**Популярно — про маркетинг,
серйозно — про нас!**

Мікс

14 травня 2008

№4

Шукайте у номері:

ЗУСТРІЧ З ВИПУСКНИКАМИ АБО ЧНУШНИКАМИ.UA	2
МАГНАТ, ГЕНЕРАЛ	2
ДАВАЙ ЗІГРАЄМО!!!	3
ТРУДНОЩІ ПЕРЕКЛАДУ	3
САМОМАРКЕТИНГ ПРИ ВЛАШТУВАННІ НА РОБОТУ	4
ТЕСТ МАЙБУТНЬОГО МІЛЬОНЕРА	4
ТВОЙ ПУТЬ К УСПЕХУ	5
ВІД КОПІЙКИ ДО ASTON MARTIN	6
АВТО РОКУ 2008	6
ЧИ Є СЕКС НА ЕКОНОМІ	7
ІСТОРІЯ БЛОНДИНКИ	7
БЛОНДИНКА—СТАН ДУШІ ЧИ КРОК ДО УСПІХУ	7
ЗІРКА ГРУПИ	8

У наступному номері ви знайдете:

- Ми працюємо — ви відпочиваєте
- Жарти тут недоречні! А де ж доречні?
- Мої літні канікули
- Маніпулятивні способи впливу на викладачів
- Секс-символ економа
- Зірка групи

З днем народження, рідний ЕКОНОМ!!!!!!



інколи після „чогось особливого” ми не можемо це згадати! (ви розумієте про що я?)

Сподіваюся, що святкування Дня народження нашого факультету пройде вдало і незабутньо. Що на нас чекає?

У четвер, 15 травня всі разом на дискотеку в Астарту. А в п'ятницю, 16 травня в Мрамуровій залі резиденції відбудеться урочиста частина святкування.

Святкування не обійдеться без класичної гулянки в гуртожитку, „на хаті” чи на природі. Тому не гальмуйте, вже сьогодні кучкуйтеся в дружню, веселу і гомінливу компанію. Тільки не перестарайтеся, адже нас — студентів-економістів майже 3000!

Отже, З ДНЕМ НАРОДЖЕННЯ, РІДНЕ-НЬКИЙ ЕКОНОМ!!!!!!

Квітни і процвітай, даруй успіх своїм студентам і викладачам, досягай вершин і не втрачай авторитет і „товарну марку”!

DI

9 травня — день Перемоги і пам'я-

Кожен день хтось кудись поспішає, зайнятий якимись справами, наші думки і мрії найрізноманітніші. Та чи замислюємося хоч хтось з нас, що декілька десятків років тому єдиними мріями людей були мрії про щасливе життя без війни, крові, втрат близьких людей. Віра, наполегливість і мужність воїнів Великої Вітчизняної війни допомогли здобути перемогу і ми сьогодні завдяки їм живемо під ясным мирним небом.

Особисто мені дуже страшно уявляти часи війни, я б не змогла жити в постійній небезпеці. Представляючи життя людей війни, на очі завжди навертаються сльози. Жоден фільм про війну не залишає нас байдужими (але це ж лише фільм, як так можна було вижити в реальному світі?!). У кожного з нас є родич, який пройшов це тяжке випробування життя.

На превеликий жаль, воїнів Великої

Вітчизняної майже не залишилося в живих, але ми всі будемо пам'ятати про їх подвиги. Не знаю, чи є у наш час такі мужні не на словах, а насправді люди. Сподіваюся, що не все так безнадійно, як здається!

9 травня ми всі згадуємо про воїнів, святкуємо перемогу, але, на мою думку, пам'ять про цих людей має бути кожен день, як пафосно це б не звучало.

Тож любі ветерани і полеглі воїни, ми дуже вдячні Вам за ваші подвиги, за сьогоднішнє мирне небо над нашими головами, за ваші безсонні ночі задля миру... Знайте — ніхто не забутий, ніщо не забуде! Спасибі Вам за МИР!!!!!!

Ми не забудемо нічого,
Забути сил у нас нема,
І смерть малого і старого
Вам не обійдеться дарма!

DI



Зустріч з випускниками або ЧНУшники.ua

Увага! Увага! Гарячі новини на шпальтах газети "Маркетинг-Мікс". Незабаром на теренах неозорого Інтернет-простору з'явиться принципово новий, наш власний сайт. Це буде щось на кшталт соціальної мережі Однокласники.ru, але звісно набагато краще, адже це буде проект нашої кафедри (а у нас, як всі знають, все найкраще).

Цей проект передбачає створення системи, яка об'єднала б навколо себе як професіоналів маркетингової сфери, які вже закінчили навчання, так і студентів-маркетологів. Для колишніх студентів тут знайдеться цікава інформація про їхній улюблений навчальний заклад і ще більш улюблену кафедру. Але важливіше, що лише тут вони матимуть змогу відновити зв'язки зі своїми давно загубленими, але не забутими одногрупниками, поспілкуватися з ними. Цікавою буде ця сторінка

і для теперішніх "мешканців" кафедри, адже як нам може бути байдужою інформація про різні новинки, що впроваджуватимуться, про конференції, що



проводитимуться, свята, що святкуватимуться і так далі, і тому подібне.

Власне кажучи, маркетологи завжди ідуть у ногу з часом: відвідува-

ність соціальних мереж у всьому світі зростає шаленими темпами. У Бразилії соціальна мережа Orkut випередила навіть пошукові системи. За даними аналітичної компанії Alexa найпопулярніший сайт у Росії – ВКонтакте.ru, у Латвії – соціальна мережа One.lv, у Польщі – Nasza-klasa.pl. В Україні сайти ВКонтакте.ru і Однокласники.ru за кількістю користувачів опинилися на третьому місці після пошукової системи Google і поштового порталу Mail.ru. Суто українські соціальні мережі у нас важко створювати, адже як бачимо на наших теренах чудово себе почувають іноземні мережі, що вже зайняли лідируючі позиції.

Проте пропоную підтримувати національного виробника та частіше відвідувати наш кафедральний сайт. Повірте, має бути цікаво...

Вже з червня сайт ЧНУшники.ua буде працювати.

Філенко Катя

Магнат, генерал, ...

Напевно, кожен з нас хотів би бути в цих іпостасях, але досягнути вершини зможуть тільки одиниці. Утім кожен зможе спробувати себе у цих ролях, зігравши у спеціальні комп'ютерні ігри. Переважно це стратегії.

Стратегії класифікуються на: покрокові, в реальному часі, економічні симулятори, war-game (військові ігри) та глобальні стратегії. Найбільш розповсюдженими є покрокові, економічні та військові стратегії.

Яскравим представником покрокових стратегій є ігри серії Heroes of Might & Magic. У цій грі потрібно зібрати якомога більше війська та розвинути навички героя. У той же час потрібно розрахувати кількість ресурсів для розбудови замку, тобто оптимально розподілити ресурси з метою примноження військ. Кожна баталія є неповторна і може проходити за різними сценаріями. Гра складається з трьох гілок – економічно-політичної, логістичної та бойової. Гравець сам обирає лінію розвитку, надаючи перевагу тому чи іншому стилю.

Однак найреалістичнішою економічною моделлю залишаються симулятори "магнатів", вони пропонують зробити бізнес в якій-небудь галузі. Візьмемо,

наприклад, "Железнодорожный магнат". У грі необхідно заснувати компанію з невеликим стартовим капіталом, зробити її дохідною, побудувавши мережу залізниць. Вам необхідно витратити гроші на будівництво і обслуговувати полотно станцій, купівлю і ремонт потягів тощо. Тут присутня конкуренція з боку подібних підприємств, також є можливість випуску облігацій та цінних паперів, курс яких змінюється залежно від успіхів гравця.

З-поміж економічних симуляторів найбільш вдалий та професійний є "Віртономіка". Суть проста: граємо в бізнес. Вкладаємо мільйон у магазин або в інше підприємство, розвиваємося, будуємо, заощаджуємо, витрачаємо, рекламуємося, торгуємо на форекс, об'єднуємося в холдинги... "Віртономіка" живе за реальними макроекономічними законами. Гра складається із взаємозалежних галузей економіки. Кожен гравець розвиває свій бізнес.

Ігрова аудиторія "Віртономіки" унікальна. Основну масу складають топ-менеджери, власники компаній, менеджери середньої ланки, підприємці. Активні комунікації між гравцями дозво-



ляють розглядати цю гру як професійне співтовариство людей, які турбуються питаннями економічного розвитку, бізнес-тренажер для керівників та маркетологів. Якщо вас зацікавила ця гра заходьте на www.virtonomica.ru.

Комп'ютерні ігри можуть розвивати економічне мислення людини, сприяти її професійному розвитку. Але найбільша перевага комп'ютерних ігор полягає в тому, що на відміну від реального життя, де гроші мають властивість закінчуватись, у віртуальному світі Ви завжди зможете почати гру заново і вчитися на своїх помилках.

Гребонько Андрій

Давай зіграємо!!!

Багато з нас, прийшовши додому, хоче відпочити від міського шуму, навчання, роботи, інформації. Засоби релаксації в кожній людини свої - сон, перегляд TV, читання книжок, а в останні роки - ігри на комп'ютерах.

Сьогодні багато людей не можуть уявити і дня без гри на комп'ютері. Тому розміщення реклами в комп'ютерних іграх - це новий та перспективний канал взаємодії з цільовою аудиторією, пропуск в особисте життя споживача та можливість бути до нього ближче та розділяти його інтереси, його світ.

Такий популярний сьогодні засіб реклами, як TV, не гарантує стовідсоткового донесення інформації до споживачів в силу високого рівня рекламного шуму. Що стосується ігор, то людина сама її обирає та вирішує купити, а отже буде грати, побачить рекламу неодноразово. Іграм приділяється від 3 до 15 годин на тиждень та грають в них місяцями.

Розміщення реклами в іграх може бути двох варіантів: статистичне та активне. При статистичному розміщенні бренда або продукту використовують білборди на віртуальних вулицях, плакатах, бортах гоночної траси та футбольних полях, одязі героїв тощо. У даному разі реклама більше діє на підсві-

домість, надає реалістичності грі. Можете не повірити, але постер Coca-Cola, який з'являється на задньому фоні комп'ютерної гри, поки ви захоплено відстрілюєте монстрів, дійсно стимулює вас зробити покупку. Безперечний плюс - відсутність іншої реклами, тобто зменшення рівня рекламного шуму.

Активне розміщення - це вже взаємодія гравця з продуктом або брендом, який рекламується і відповідно пов'язаний зі сценарієм гри. Гравець повинен звертати увагу на продукт, використовувати його. Такий вид цікавий для компаній, які виводять додаткову послугу чи продукт, надають нові властивості вже існуючим, хочуть створити потрібний стереотип послуги, продукту або бажані асоціації з ним. Вдалих приклад - користь соку. Герой гри п'є виборений або знайдений сик і його сили відновлюються.

2005 року обсяг ринку реклами в іграх склав \$56млн. Мінімальна вартість розміщення реклами в іграх коштувати-

ме компанії \$15-20тис. Серед відомих українським споживачам компаній рекламу у комп'ютерних іграх розміщали такі: «Шок XXL» (Nestle) у іграх «Ведьмак» та російській версії «Лара Крофт: Ангел темряви», «Альфа-Банк» у грі «Ночной Дозор», Coca-Cola та Gillette - «Адреналін Екстрім Шоу», Castrol

та Energizer Lithium - Need for speed: Pro street, а також у автосимуляторі PGR4 - Samsung, McDonalds, TDK, Kodak та ін.

Також рекламою в іграх можна вважати використання авто різних марок у автосимуляторах. Свого часу Need for Speed 4 був розроблений за рахунок авто гіганта Porsche, у грі були тільки машини штутгартського автовиробника. Присутність футбольної команди у FIFA або PES є рекламою для них та їх гравців.

Реклама намагається стати ближчою до людей, постійно шукає нові шляхи до світу споживачів, намагається привернути увагу та лояльність до свого продукту. Тому стережіться! Реклама може опинитися в місцях, де ви й не очікуєте!

Напружував мозок та клацав клавіші
Затайченко Макс



Труднощі перекладу

При виводі товару на ринок багато спеціалістів працюють над милозвучністю його назви та слогану. Відкидаючи безліч варіантів вони намагаються створити таку назву, яка б найкраще відображала товар та його позицію на ринку. Але, виходячи на ринки інших країн, вони просто перекладають назви та слогани, не перевіряючи при цьому значення певних слів та висловів на іноземних ринках.

Відома фірма General Motors зазнала невдачі, намагаючись вивести на ринки Латинської Америки свій новий автомобіль Chevrolet Nova. Через деякий час з'ясувалося, що «No va» іспанською означає «не може зрушити».

Парфумерна компанія Clairol представила у Німеччині свої сухі дезодоран-

ти використовуючи слоган «Mist Stick» (Туманний дезодорант). У Німеччині виявилось, що слово Mist (туман) на німецьким сленгом означає перегній.

Компанія Colgate-Palmolive вивела на французький ринок свою нову зубну пасту «Cue». Згодом американці дізналися, що саме таку назву носить популярний французький порножурнал.

Компанія Pepsi дослівно переклала на китайською мовою своє головне рекламне гасло «Живи з поколінням «Pepsi» (Come Alive With the Pepsi Generation). Китайці були шоковані: слоган отримав неочікуване значення «Pepsi» примусить ваших предків піднятися з могил».

Компанія Coca-Cola довгий час не могла підібрати свою назву для продажу у Китаї. Річ у тім, що китайці промовля-

ють назву цього напою як «Кекукела», що означає «Кусай воскового головоастика».

Компанія Frank Purdue, яка виробляє курятину в США, використовує слоган «It takes a strong man to make a tender chicken» (Щоб приготувати ніжного курча потрібний сильний чоловік). У перекладі іспанською ця фраза отримала дещо інший зміст: «Потрібен сексуально збуджений чоловік, щоб курка стала ніжною».

Авіакомпанія American Airlines встановила в своїх літаках шкіряні крісла та вивішила повідомити про це мексиканських споживачів. Англійською салоган звучав прекрасно: «Fly in Leather» (Літай в шкірі). У буквальному перекладі цей вираз отримав інший зміст: «Літай голім».

Іваник Тамара

Самомаркетинг при влаштуванні на роботу

Рано чи пізно кожному з нас прийдеться влаштуватися на роботу. Безумовно, робота спершу не може відповідати усім нашим запитам, тим паче, якщо відсутній досвід у певній діяльності. Як влаштуватися на роботу і при цьому отримувати гідну заробітну платню? У цьому — сьогоднішньому студенту і в майбутньому працівнику допоможе самомаркетинг.

Що таке самомаркетинг? Самомаркетинг — це сукупність дій людини, що просувають її на ринку праці і дають змогу отримати бажану роботу. Зрозуміло, що у дане визначення вмістити всю суть терміну самомаркетинг не можливо, оскільки це надзвичайно широкий діапазон складових, що буде розглядатися далі.

Ти майбутній працівник і перед тобою стоїть завдання — влаштуватися на роботу таким чином, аби на тебе не дивились як на особу, що нічого не вміє і знає тільки теоретичні сторони певних питань.

Ти повинен зарекомендувати себе так, щоб роботодавець побачив не відсутність досвіду, а особистість, перспективного спеціаліста, що зможе повести за собою людей та досягти вершин. Можливо, Ви скажете: «Я спілкувався з людьми, що вже досягли успіху у своїй справі, вони мене навіть не сприймали, бачили в мені тільки хлопчину (дівчину), який нічого не вміє!». Так, таке буває часто, оскільки у людей з відповідним статусом вже сформувався певний стереотип, а саме упереджене ставлення до осіб, що тільки-но закінчили ВНЗ і намагаються влаштуватися на роботу. Але ми з Вами нове, енергійне, амбіційне покоління

студентів, що прийшли на зміну попереднім та в змозі зламати будь-які стереотипи!

Тепер поговоримо конкретніше про етапи просування студента на роботу. Між студентом і роботою стоїть досить серйозний бар'єр під назвою роботодавець (відділ кадрів) з яким слід по-

гляд, вираз обличчя) засоби мовлення, 35% невербальні (інтонація, тембр голосу) і близько 7% вербальні (те, що саме Ви говорите). Тому важливим є те, як Ви поведетесь і наскільки впевнено. Ще один важливий момент — вміння не відводити погляду від співрозмовника. Це говорить про не впевненість і на під-

відомому рівні формується думка про Вас як морально слабку людину. А такі нікому не потрібні, тим паче на великій фірмі. Перед розмовою з роботодавцем слід чітко визначити Ваші сильні та слабкі сторони і роботу з якою хотіли б мати справу. Це дасть змогу уникнути дещо незручних ситуацій в процесі бесіди. Таким чином, найкраще говорити впевнено правду і не намагатись щось приховати, адже це може виявитися і сильно нашкодити Вашому авторитету. Для теперішніх студентів хочеться зазначити одну досить обнадійливу тенденцію, яку я помітив у процесі перегляду

повідомлень про роботу. Підприємства, що діють в Чернівцях, як правило, потребують на роботу молодих осіб віком від 18 (інколи від 25) до 30 років (рідше 40). Не знаю, але особисто мене подібна картина тішить.

Зрозуміло, що даний матеріал окреслює поверхнево процес просування молодого спеціаліста на ринку праці. Досягає успіху та людина, яка має власні орієнтири і не схиляє голови до землі при першій невдалій спробі. Маючи цілеспрямований характер та силу волі, Вам усе вдасться треба лише вірити у власні сили!

Попков Максим



пілкуватися, аби той оцінив Вас і дав дозвіл на стажування. На цей випадок є вдалий вислів: «Зустрічають по одягу, а проводжають по розуму». Відповідно Ви повинні мати належний вигляд, а найкраще класику. Хлопці — костюм з білою випрасоною сорочкою, дівчата — як їм буде завгодно, але без відвертих нарядів, адже Вас можуть неправильно зрозуміти. Ви в кабінеті і Вас побачили. Далі йде процес оцінки зовнішнього вигляду, після чого повинні йти слова подяки за те, що керівництво виокремило хвилинку для зустрічі з Вами. Потрібно пам'ятати, що біля 57% інформації мозком сприймається через паравербальні (жести, міміка,

ТЕСТ МАЙБУТНЬОГО МІЛЬЙОНЕРА

1. Як найлегше заробити гроші:

- а) багато працювати, ризикувати;
- б) кар'єрний ріст від робітника до керівника;
- в) грати в лотереї, шукати допомоги у знайомих.

2. Який персонаж викликає у вас найбільшу посмішку:

- а) Долоберт Дак;
- б) Дональд Дак;
- в) Густав Ганс.

3. Який розмір прибутку може сприяти укладенню угоди між найбагатшими людьми світу:

- а) 10 млн. та більше;
- б) до 10 млн.;
- в) від півмільйона до мільйона.

4. З яким висловлюванням ви погоджуєтесь:

- а) більше грошей — більше задоволення;
- б) гроші — влада;

в) гроші викликають багато заздрощів.

5. Приділяєте ви значення тому, що про вас згадано в ЗМІ:

- а) ні;
- б) про мене і так часто пишуть;
- в) я був би дуже радий.

6. Як можна виграти в перегонах:

- а) купити коня-переможця;
- б) ризикувати невеликими ставками;
- в) ризикувати високими ставками.

7. Найбільше шанси стати багатим має:

- а) керівник фірми;
- б) адвокат, політик;
- в) актор, спортсмен-зірка.

8. Ваше ставлення до бізнесу між приятелями:

- а) гроші і дружба не поєднуються;
- б) я готовий позичати гроші приятелям;
- в) я готовий позичати у друзів, але не

давати.

9. Якщо б ви стали мільйонером, насолоджувалися би ви цим відчуттям:

- а) ні;
- б) я б продемонстрував своє насолодження всім тим, хто мені не довіряв та не вірив в мене;
- в) звісно, насолоджувався.

10. Куди ви вклали б свої мільйони:

- а) в акції та інші цінні папери;
- б) в нерухомість, власність;
- в) я зроблю так як вирішить моя дружина (чоловік).

11. Якщо у вас є декілька мільйонів, ви будете намагатися заробити додатково:

- а) звісно;
- б) від маленької суми відмовлюсь, хіба що велику;
- в) ні, мені і так вистачить.

Продовження на ст. 8

Твой путь к успеху

Все мы знаем людей, которые достигли успеха, всех этих успешных спортсменов, популярных артистов, знаменитых музыкантов, удачливых бизнесменов. Они смотрят на нас с экранов наших телевизоров, их позитивный голос можно услышать по радио, они беззаботно улыбаются с рекламных щитов. Все мы смирились с тем, что они другие, хотя «желтая» пресса постоянно пытается нам доказать обратное, размазывая всяческие неудачи и поражения последних, на несколько десятков печатных статей. Все мы хотели бы когда-то оказаться на месте этих людей, что бы пить Шато-Дасо, вместо Советского Шампанского, что бы нам рукоплескал стадион вместо похвалы за успешную курсовую, но.....Оппа, самое интересное, что после таких предложений должно всегда следовать какое-то «но», которое, казалось бы, логично и аргументировано объясняет в деталях, почему мы не можем добиться определенных высот в жизни. Все дело в барьерах, которые мы сами себе выставляем. Вы хотите знать какова формула успеха? А такой формулы попросту нет. Точнее нет формул в понимании — очень четкий набор правил и 100% гарантированный успех с конкретной суммой. Жизнь подразумевает риски и падению. Застрахован от них только тот, кому от жизни ничего не нужно. Это неизбежно и если говорить о формуле успеха то для каждого она своя. Так же как кто-то занимается рисованием, а после может стать успешным и его картины станут очень дорогими. А для кого-то формула успеха — это тяжелый труд на Кобылянской. Чувствуете разницу? Вы свободны в своем выборе, но свою формулу вам придется вывести самостоятельно, но с маленькой поправкой... есть средства, которые помогут ее найти. Для того, что бы достигнуть желаемое необходимо две вещи: цель и мотивация.. Что касается целей, то лучше сводка определенных конкретик, чем наполнять свою жизнь высокими стремлениями. Статистика говорит о том же: чем больше целей, тем легче их достичь, чем легче цели, тем реальней к ним прийти, к примеру, не здоровья в целом, а что бы зубы не болели, не мира во всем мире, а что бы соседка переехала.

И конечно же мотивация, подчас, которой нам и не хватает. Мы живем в жестоком, но от того не менее реальном мире, где себя нужно уметь мотивировать. Вот если я скажу, что закопал 100'000 евро во дворе корпуса, это вас замотивирует? =) Ложь очень просто даёт

веру, а еще чаще люди мотивируются самообманом, обещая себе нереальную цель(и), а точнее ее последствия.

Но есть и еще один аспект проблемы, вы никогда не задумывались почему же людям сложно ощущать себя счастливыми? Да потому, что люди очень часто не знают в чем заключается счастье. И штурмуя абстрактный «успех» важно осознать чем является это понятие именно для ВАС. Успех для кого-то это высокооплачиваемая работа, для других — это семейное благополучие, а возможно собственный бизнес, все это дело рук ваших желаний шальных, тех рамок, о которых мы говорили.

Перейдем к панацее? Универсальной формулы успеха нет, просто потому что каждый человек уникальный. Но если вы сможете выявить в себе сильные стороны и рационально их задействовать, то для вас не составит труда реализовать себя по максимуму и это очень хороший способ.

Но если вы феноменально ленивы, как и я, при этом 90% своей бурной деятельности вы развиваете тогда, когда чувствуете чье-то настойчивое дыхание у вас за спиной, то следующая модель как раз для вас.)) Что от вас нужно? Вам нужно только поверить.. не столь важно в что: в дружественную вселенную, в себя, в своего кота любимого, это не важно... но нужно верить с четким представлением того, что это сделает вас успешным. Т.е. всем своим сознанием понимая, что это неизбежно, настолько, что у вас просто нет выхода. Что бы привести понятную аналогию, представьте себе, что вы пришли в ресторан и сделали заказ.. скажите, вас хоть как-то интересует каким образом повар будет искать продукты по полкам, вам интересно, где у него находится соль и различные приправы, да и то как он будет готовить ваше блюдо, нет вы просто сделали заказ и ждете его, при этом вы уверены, что он будет на 99,99%, а если какая-то доля процента и посмеет испытывать ваш аппетит, то можно заказать что-то другое, это и есть гибкость сознания.

Как только вы начинаете мыслить в этом ключе, успех начинает валить и подчас даже оттуда, откуда его совсем не ждешь. А все просто, ведь ваш мозг начинает работать на определенной частоте, и брать от жизни все, что приносит вам счастье. Ваше внутреннее состояние будет проявляться в вашей жизни, и сама жизнь будет проявляться в вашем внутреннем состоянии. Это модель успешного человека, то, что так долго все искали, а когда находили, то отказывались *верить* в нее, только потому, что это казалось им слишком легким, что бы быть правдой. Конечно, ведь изначально нас настраивали на то, что для того, что бы быть счастливым нужно иметь X, Y, Z, где X=дом, да побольше, Y=работа, да постабильней, Z=мир во всем мире, здоровье и пр. А никто не задумался, что для разных людей компоненты счастья бывают разными?)) Многие из нас продолжают жить инертно: школа, универ, стабильная, хорошо оплачиваемая работа, которую в 90% случаев ненавидишь и без карьерного роста, пенсия, ну и дополняет столь яркую картину

конец жизни — вот что нам постоянно навязывают и пытаются доказать, что это нормально. Кто вообще сказал что это нормально? Разве нормально жить чужими желаниями, и продолжать делать то, что не нравится только потому что это пристижно\так нужно\так необходимо? Нормально то, чего хотите вы, а как показывает практика достаточно цели и желания, это то, что помогает правильно сделать заказ,

Я не могу в 33 буквах описать то, как это работает, но думаю многим же неинтересно, как работает холодильник? Интересует результат. Вот потому я и прошу у вас вещь, которую не смогли дать многие люди, которые продолжают жить в рутине, описанной выше, двигаясь в замкнутом кругу своих же ограничений. Я прошу одного **поверить** в самого себя, а этого подчас достаточно, что бы в вас поверили окружающие. Главное вбить в себя нужные установки. Но самое сложное — это поверить, Как только справишься с этим, то все у тебя начнет получаться! Так стань же хозяином своей жизни! ;)



Від «Копійки» до Mercedes

Привіт усім читачам Маркетинг Мікс! Хотите чогось новенького і цікавого? Отож, прошу, знайомтеся – Євген Іванович Венгер – ас у водінні автомобілів, чудовий викладач і просто класна людина. Він розповідає нам про життєвий цикл товару і товарознавчу характеристику меблів, виступає на концертах в ролі Потапа, так чому ж Євгену Івановичу не поділитися з нами про свій досвід «спілкування» з автомобілями.

Ми часто замислюємось: авто – це підтвердження статусу в суспільстві чи засіб пересування? Для Євгена Івановича це швидкий засіб пересування. Саме тому при виборі автомобіля він, перш за все, звертає увагу на надійність і безпечність. Ці характеристики є дуже важливими для нього, адже до нас він приїжджає аж з Кельменців. Вимогам Євгена відповідає його Mercedes 126 і наступна вдосконалена версія Мер-



Вперше Євген Іванович сів за кермо коли йому було 14 років. Але серйозно, впевнено і по-чоловічому почав водити авто з 16 років. Він, як і усі відомі в нашій країні люди почав свою кар'єру водія з старенького ВАЗу-2101 – «Копійки», який був його «піддослідним кроликом». А своє насичене студентське життя Євген розпочав із автомобілем Austin. Це рідкісне авто, про яке мало хто чув, він щодня залишав біля нашого корпусу. Поки роки йшли і змінювалися часи, Євген Іванович закінчував університет із Ford Sierra. Після американця «Потап» сидів за кермом Citroen.

Взагалі Євген Іванович надає перевагу класичним моделям авто.

Сьогодні Венгер їздить на роботу автомобілем Mercedes 126, який можна побачити навпроти корпусу біля скверика. Незабаром він планує змінити його на Mercedes 140.

cedes 140 про яку згадувалось вище.

Більшість чоловіків вважають, що жінці не можна давати авто тому, що вона його розіб'є, інші – можливо поєднати їх, але після того, як вона пройде тривалий курс навчання перед отриманням водійських прав. А як же наш Євген Іванович ставиться до жінок за кермом? Не повірите, але йому подобаються жінки за кермом. І таке явище наш викладач називає «позитивним і прекрасним», хоча є певна пересторога!

Мрією Євгена є досить дорога престижна Aston Martin. Що ж, бажая Євгену Івановичу, щоб ця мрія обов'язково стала реальністю!!! Правда для цього потрібно мати бажання і докласти чимало зусиль. Маю надію, що Євген Іванович досягне своєї мети.

Знайомила Струєва Богдана

Авто року 2008

Акція «Автомобіль року в Україні» проводиться з 2000 року. Кращі авто визначали шляхом голосування експертів, населення та журналістів.



«Авто року в Україні 2008» став Ford Mondeo, який також посів перше місце в номінації «Легковий авто великого класу 2008»

Переможці акції в різних номінаціях

Мінівен/мікрорвен
VW Cross Touran



Купе/кабриолет
Audi A5

Легковий авто міні і
малого класу
Skoda Fabia New



Легковий авто ма
лого середнього класу
Kia cee'd

Легковий авто премі-
ям-класу
Lexus LS 460



Легковий авто серед-
нього класу
Mitsubishi Lancer X

Позашляховик
**Toyota Land Cruiser
200**



Спортивний авто
Audi R8

Легкий
позашляховик
Nissan Qashqai



Кращий дизайн
Mitsubishi Lancer X

Чи є секс на економії або не парами єдиними

Продовжуючи свою рубрику, я не стала винаходити колесо і пішла вже давно протоптаною стежкою – провела дослідження трішки інтимного характеру. Знову зацікавило питання про секс, правда вже з іншої сторони. І, як то часто буває, зіткнулась з неочікуваною проблемою – пошуком п'ятикурсників, яких в цю пору року вдень і з вогнем не знайдеш. Довелося кожного особисто просити про допомогу, і от... Мабуть, нашим випускникам вже є що приховувати, оскільки повідати секрети свого інтимного життя погодився тільки один респондент.

Та все ж таки, від лірики до результатів. Для початку, варто дізнатися роль сексу у відносинах між молодими людьми. Наші студенти вважають, що секс в стосунках має бути, та перший час можна і потерпіти, придивитися, зважити всі «за» і «проти». При чому останній варіант значно більше притаманний дівчатам. Також в їхніх лавах спостерігається тенденція (правда не значна) до цілковитої відмови від плотських утіх. А серед хлопців помітне бажання позбутися такого непотрібного

“аксесуару” сексу, як відносини.

Якщо Ви таки вирішили, що без сексу важко, то варто нагати — це складна і важлива річ. А можливо є щось, що дратує Вашого партнера саме в цей важливий момент? Якщо він вчиться на економії, найімовірніше, роздратованість спричиняє відповідь на телефонний дзвінок чи неочікуваний візит родичів. Якщо із останнім вгадати важкувато, то телефон не чіпайте, навіть якщо сам Петро Опанасович телефонує! А от на домашнього улюбленця кота майже ніхто і не зважає. В нього можна й наручниками жбурнути.

Під час самого процесу чверть тих хто здатен зібрати думки до купи, розмірковує про неповторну протилежну половину. Лякає наявність варіанту про можливість можливе поповнення ще не створеної сім'ї. Люди! Ви, що про презервативи не чули?! Мабуть, стипендії не вистачає.

Цікаво, коли економісти дізналися про «секс», як такий, його суть, значення і все таке? Про існування цієї сторони життя нам повідали десь у віці 10-14 років. Безпосереднім джерелом інформації став телеві-

зор, друзі або знайомі. Ми діти того періоду, коли «сексу в країні не було», тому і не дивно, що батьки майже не взяли участь у формуванні важливої частини нашої свідомості, обмежившись створенням нас з вами.

Ну гаразд, повернемося із темного минулого в наше світле передсесійне студентське теперішнє. Не зайвим буде дізнатися, що справжнім мацо факультету є Ростислав Романович Білик. Для хлопці ж є найбільш бажаною Наталія Дмитрівна Собкова. Але це так... Між іншим... Лише місце в анкеті було от і довелося якесь питання втиснути.

Підводячи підсумки варто сказати, що сексуальне життя на факультеті бурхливе, а сексуальна культура не висока. Через кілька секунд після уважного вивчення анкети аудиторія вибухає диким сміхом і починає радитися між собою. Секс для нас все ще не існує або протиприродне явище.

Кохайте та будьте коханими!

Лілія Кавлюк

Історія блондинки

Привіт, я натуральна блондинка! У своєму житті я зіткнулася з такою проблемою як дискримінація розумових та інтелектуальних здібностей власниць білявого волосся. Підтвердженням цьому є велика кількість анекдотів і байок, які накладають штамп на білявок. Хоча наукою вже давно доведено, що блондинка не означає «дурочка», володарки світлого волосся навіть розумніші, ніж їх фарбовані аналоги.

Блондинка – не просто дівчина зі світлим кольором волосся, це особливий тип жінки, навіть клас. Нас вважають слабкими, довірливими істотами, які магічно впливають на чоловіків.

Згідно тверджень соціологів, світле волосся більш приваблює чоловіків, і напевно тому з'явилася стільки «хімічних» блондинок. Ще з античності біляве волосся було символом аристократизму і сексуальної привабливості, а в середні віки – символом цнотливості. У наші дні психологічне сприйняття блондинок сильно змінилося, чому сприяв вплив кінематографа (в голлівудських фільмах блондинка – секс-символ).

Чи правда те, що брюнетки розумніші за блондинок? Мені подобається одна теорія щодо цього питання: вважалося, що блондинки красивіші, ніж брюнетки і тому їм відвели роль «красивих жінок», а брюнеткам – «розумних жінок». Вийшла така собі гармонія.

Серед блондинок є розумні та успішні жінки. Щоб побачити приклад однієї із них, не потрібно йти далеко, досить тільки поглянути на доцента кафедри маркетингу Черданцеву Ірину Геннадіївну. Вона є приваблива блондинкою та успішною в науковій діяльності жінкою.

Прикладами успішних світловолосих жінок є безліч: актриса Мерлін Монро, Ніколь Кідман і Джейн Фонда, Ксенія Собчак, російська балерина Анастасія Волочкова та ін.

На завершення хочу додати, що всі ми чудово розуміємо, що в жінці головне – внутрішній світ, на який колір волосся не впливає...

Лугова Любов

Блондинка – стан душі чи крок до успіху

Блондинки... Скільки ж на їх долю випало докорів і жартів. Давайте подумаємо чи справедливо ми так до них ставимося.

У 20 столітті вибухнув справжній бум навколо світловолосих красунь. Багато в чому йому сприяв кінематограф і його діви: Марлен Дітріх, Джин Харлоу, Мей Уест, королева фарбованих блондинок – Мерлін Монро. Час йшов, на екрані з'являлися інші імена, проте змінювалася тільки довжина волосся, але не колір: Бриджіт Бардо, Марина Владі, Мадонна, Шерон Стоун, Брітні Спірс.

Блондинка стала не просто ідеалом краси, але і синонімом успіху. Шакіра не приховує, що тільки завдяки регулярному фарбуванню змогла привернути увагу американських продюсерів. Джесіка Альба перетворилася на блондинку, щоб потрапити на зйомки фільму «Фантастична четвірка» і вразила цим режисера, а потім і глядачів. Кіра Найтлі — зірка «Піратів Карибського моря» — також легко розлучається з рідним темним кольором волосся. Не всім же так пощастило, як Рівз Уізерспун – відомій «Блондинці в законі», світловолосій від природи. Або Анні Курніковій, яка давно вже забула про теніс, а нині грає в любов з Іггелсіасом-молодшим. У Маші Шарапової є всі шанси знайти свого Прекрасного Принца: і в теніс грає красуня, навіть на фарбу для волосся витратитися не треба. Спасибі природі-матінці.

Джентльмени, як відомо, віддають перевагу блондинкам. Це стало законом не тільки в кіно і шоу-бізнесі, але і в політиці – Маргарет Тетчер і Хіларі Клінтон у міру просування «вгору» перефарбовували волосся у все світліші тони. Принцеса Діана народилася на світ шатенкою, але як тільки зміщилася у вищому світі, стала платиновою. Та що там говорити! Навіть найпопулярніша лялька у світі «Barbie» теж білокура! Стереотипи краси і привабливості вселяються з дитинства...

Наступного разу, якщо будете згадувати свою подругу блондинку «злим та тихим словом», замисліться, можливо це майбутня Мерелін Монро.

Руденко Максим

Зірка групи



**Філенко
Катя**

Улюблені предмети. Маркетинг, бух. облік.

Найбільш пам'ятна подія в університеті для тебе. Перша сесія і перша стипендія.

Чим пишаєшся. Досягненнями.

За що соромно. За помилки.

Як уявляєш своє майбутнє? Напевне, як і кожна людина, світлим і безхмарним. Проте я розумію, що це не реально. А якщо чесно, то хочу працювати за професією, отримувати пристойні гроші за свою роботу, щоб можна було забезпечити своїх батьків, ну і, звичайно, як і будь-яка дівчина, я мрію про майже ідеального чоловіка і майже ангелів-дітей.

Яка твоя найзаповітніша мрія? Мається на увазі окрім неземного кохання, вічного щастя та величезного багатства. Тоді навіть не знаю. Якщо чесно, то просто хочеться, щоб життя склалося як найкраще і щоб люди, яких я знаю, були щасливими. А все інше - так дрібниці, про які я не хочу говорити, бо дуже вже забобонна (ще не збудеться, якщо скажу).

Остання прочитана книга. Була дуже цікавою і дуже про маркетинг.

Твоє життєве кредо. Завжди бути сильно!!!

І ще 22 прислів'я народної мудрості.



**Рева
Іра**

Улюблені предмети. Як не дивно це не звучить, але це всі предмети пов'язані з маркетингом, а також англійська мова.

Найбільш пам'ятна подія в університеті для тебе. Взагалі-то я пам'ятаю всі подробиці мого перебування в універі. Але найбільше запам'яталися посвята в студенти на I-му курсі та святкування Дня студента на II-му курсі, який кожного разу згадується з посмішкою.

Чим пишаєшся. Не можу сказати, що у свої 20 років я зробила щось грандіозне, але в мене ще все попереду. Пишаюся своєю групою, яку я обожаю, і тим, що навчаюся в ЧНУ.

За що соромно. Найбільш соромно за те що так і не навчилась вчасно приходити на пари.

Як уявляєш своє майбутнє? В майбутньому мрію влаштуватися за спеціальністю, подорожувати і отримувати задоволення від життя.

Яка твоя найзаповітніша мрія? Це подорож Європою і відвідання концертів моїх улюблених виконавців – Lenny Kravitz, Justin Timberlake, Beyonce.

Остання прочитана книга. Ігор Манн «Маркетинг на 100%», з художньої л-ри: Дж. Селінджер «Над прірвою у житті».

Твоє життєве кредо. Завжди викладатися на всі 100% та знаходити позитив у всьому.

ТЕСТ МАЙБУТНЬОГО МІЛЬЙОНЕРА

Варіанти відповіді:

a=6 балів., б=3 бали., в=0 балів. Підсумуйте набрані бали.

Від 0 до 23 балів. Кращий спосіб стати багатим для вас – це або вдало одружитися (вийти заміж), або стати спадкоємцем, або грати в лотерею.

Від 24 до 46 балів. Багатство пов'язане для вас з працею. Оминайте фінансові спекуляції. Краще всього робити кар'єру та займати крісло шефа, навіть якщо це не принесе вам бажаних мільйонів, ваше життя все рівно буде забезпечене в матеріальному аспекті.

Від 47 до 66 балів. У вас найкращі шанси коли-небудь стати мільйонером. У вас комерційний склад розуму, ви розділяєте гроші та дружбу. Ви не маєте намір вихвалитися своїм гарним життям, а схиляється до терпеливого примноження свого багатства.

На кафедрі маркетингу вже декілька років існує бібліотека з цікавою літературою з маркетингу, а не тільки. Кожен студент може скористатися необхідною йому книжкою.

Нові надходження до бібліотеки:

- 1.Маркетинговые исследования. Основные концепции и методы. С.Г.Божко 2005р.
- 2.Ребрендинг. О.Г. Овчинникова 2007р.
- 3.Как манипулировать покупателями А.Н. Багаев 2007
- 4.Реклама у підприємницькій діяльності. С.Д. Пазуха 2006р.
- 5.Международный маркетинг. Г.Л. Багиев 2008р.
6. Електронна комерція .Л.Плескач 2007р.
- 7.Товарознавчі аспекти маркетингу. О.І. Дудла 2007р.
- 8.3ds Max 2008 Секреты мастерства. Г.Л. Багиев 2008р.
- 9.Маркетингова цінова політика. Л.Г.Мельник 2007р

Алея зірок

Костишин Тетяна



Рупташ Мар'яна



Шупарська Надія



Сайчук Дарина



Маніліч Олена



Наклад 300 пр.
Шеф-редактор: Буднікевич І. М
Головний редактор: Черданцева І.Г.
Заступники гол. редактора:
Затинайченко М., Медова О.
E-mail: marketingmix2007@rambler.ru