ДАЙДЖЕСТ

ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ МАРКЕТИНГА И РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА НИУ ВШЭ

№ 2 (3), Апрель - Июнь, 2014

http://marketing.hse.ru/

Содержание

Летний лекторий в парке Горького стр.2

«Телеком Идея» и менторинг проектов стр.3

Образовательные проекты стр.4

Нейромаркетинг стр.8

Тренды в потребитель-ском поведении стр.9

Инновации. 3D-принтинг стр.10

Детский маркетинг стр.11

Половина наших выпускников получила продвижение по карьерной лестнице в течение года после окончания обучения в Школе

46,8% наших слушателей приходят к нам по рекомендации выпускников

Летний Лекторий в парке Горького

Май и июнь - время пикников. Но мы верим, что отдых может быть вкусным, полезным и очень интересным. В этом сезоне мы разработали изысканное меню с пищей для ума. И надо сказать, что наш a la carte собрал множество гостей.

Посмотреть видеолекцию Татьяны Комиссаровой можно здесь

22 мая декан ВШМРБ, Татьяна Комиссарова, открыла работу лектория рассказом о трендах в потребительском поведении россиян. В своем выступлении профессор ВШЭ нарисовала портрет россиян с точки зрения маркетолога, рассказала о перспективах развития потребительского рынка, и ответила на вопросы слушателей.

5 июня Константин Гаранин объяснил, как производить продукты в цифровую эпоху. Современные люди хотят не просто потреблять товар или услугу, они хотят участвовать в процессе производства, быть сопричастными. Об этих и других особенностях постиндустриальной экономики рассказал эксперт школы.

Посмотреть видеолекцию Константина Бокшицкого можно здесь

Посмотреть видеолекцию Константина Гаранина можно здесь

19 июня Константин Бокшиций прочел лекцию о том, каким образом можно использовать инструменты стратегического менеджмента в своей жизни. Кто такие внутренние и внешние стейкхолдеры? С какими интересами нужно считаться, а какими можно пренебречь? Эксперт Школы ответил на эти и некоторые другие вопросы.

Телеком Идея

В мае стартовал третий сезон партнерского проекта МТС, Высшей школы маркетинга и развития бизнеса и Института менеджмента инноваций НИУ ВШЭ – «Телеком Идея».

Более подробно о конкурсе “Телеком Идея” и об участии Школы в нем

«Телеком Идея» помогает инноваторам развивать и реализовывать свои идеи.

Экспертное жюри отобрало 15 финалистов «Телеком Идеи». ВШМРБ радушно открыла свои двери для конкурсантов. Проектные группы финалистов получили наставника, из числа выпускников Школы. Менторы в течение недели помогали конкурсантам превратить концептуальные разработки в конкурентоспособный продукт.

Ведущие эксперты Школы провели для конкурсантов ряд образовательных мероприятий, среди которых несколько обучающих вебинаров. В июне состоялась предзащита конкурсных проектов, а официальная защита проектов проходила 1 июля.

Имена подебителей конкурса молодежных инновационных проектов в сфере телекоммуникаций «Телеком идея» станут известны на торжественной церемонии награждения 10 июля!

Образовательные проекты

Мы не устаем опровергать стереотипы о том, что учеба – это скучные лекции и затертые страницы старых учебников. Вместе с нашими партерами из числа компаний-лидеров мы смогли доказать, что учеба – это не только ***безумно интересно***, но и ***чрезвычайно полезно***!

Слушатели программы “Маркет менеджмент” Алексей Петухов, Елена Буренина и Людмила Горохова во время защиты проекта в Aegis Media

Защита проекта по использованию новых мобильных технологий в рекламе, которая прошла 18 июня в **Dentsu Aegis**, стала серьезным испытанием для слушателей Школы.

Изюминкой мероприятия стал выбранный формат деловых переговоров. Руководители одного из подразделений Aegis, выступавшие в качестве экспертов, до окончания мероприятия не подозревали, что перед ними учебный проект и воспринимали слушателей, как своих коллег и потенциальных бизнес-партнеров.

10 июня слушатели программы *«Маркет менеджмент»* успешно защитили проект выведения на рынок высокотехнологичных пленок. Маркетологи компании **3M** отметили высокую проработку маркетингового решения, включающего исследование ниш, сегментацию рынка и т.д.

«Фишкой» проекта стал опрос дилеров 3M, проведенный с помощью методики «тайный покупатель».

Более подробно о защите проекта в компании “3M”

Сергей Алпатов, Директор Департамента корпоративного маркетинга компании “3M Россия”

Слушатели программы “Маркет менеджмент” Михаил Услонцев и Светлана Соколова во время защиты проекта в компании 3M

Мы в Британке

Решать бизнес-кейсы конечно же очень интересная и увлекательная работа. ***Но!***

«Создать свой оригинальный кейс гораздо интересней», – подумали мы и обратились в Британскую школу дизайна. Дизайнеры с интересом отнеслись к нашей идее. Вот уже второй год подряд маркетологи и дизайнеры придумывают концепции самых разных брендов одежды.

5 июня в ***Британской высшей школе дизайна*** 11 групп слушателей программы «Бренд-менеджмент» представили 12 уникальных, совершенно разных концепций брендов для дизайнеров Британки.

Формат сотрудничества Британки и ВШМРБ эксклюзивен: примеров соединения маркетинга и дизайна в виде реальных проектов в практике российских ВУЗов *нет*. Подобные проекты являются уникальными и для Западных стран.

Более подробно о совместном проекте Британской школы дизайна и ВШМРБ

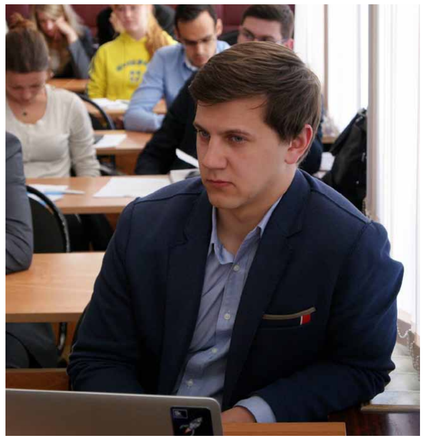
Дискуссии и проекты

Нейромаркетинг

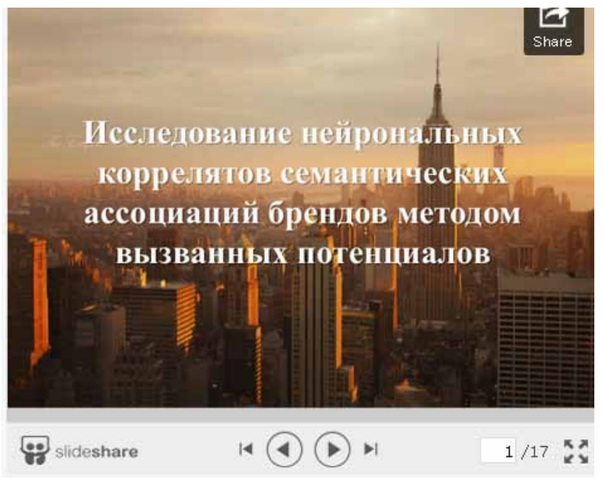
Мы - часть большой вышкинской семьи, поэтому стремимся поддерживать дружеские связи со своими ***«кровными родственниками»***.

В партнерстве с ***Центром нейроэкономики и когнитивных исследований*** был открыт дискуссионный клуб «Нейромаркетинг», очередная сессия которого состоялась ***24 июня.***

Школа активно развивает данное направление и стремится генерировать новое междисциплинарное знание, столь необходимое для бизнеса в условиях неопределенности и снижения доходов россиян.



Технологии нейромаркетинга бурно развиваются, однако на сегодняшний день маркетологи не обладают достаточными компетенциями для эффективного использования принципиально новых технологий продвижения товаров и услуг.



Посмотреть презентацию исследования

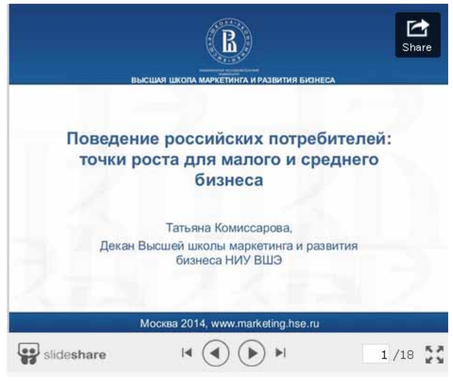
Подробнее о Дискуссионном клубе “Нейромаркетинг”

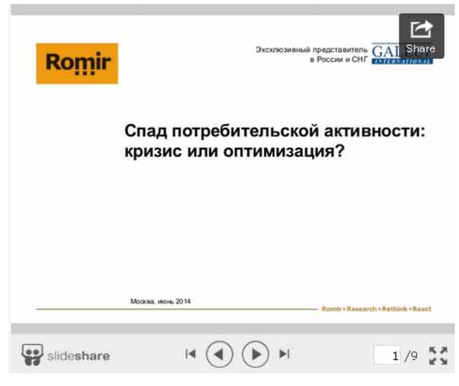
В партнерстве с Ромиром

Вместе с ***исследовательским холдингом Ромир*** мы провели мастер-класс 15 апреля и экспертную дискуссию 17 июня.

Темой мероприятий были *изменения в* ***потребительском поведении россиян***, зафиксированные холдингом. Специалисты школы, в свою очередь, помогли дать экспертную оценку полученным социологическим данным и попытались ответить на вопросы:

«Что делать с этим знанием бизнесу?»
«Каким образом нужно изменить стратегию развития, чтобы оставаться эффективными в меняющейся ситуации?»





Посмотреть видео запись и презентацию с мастер-класса Андрея Милехина “Как успешно строить маркетинговые коммуникации”
Подробнее о мероприятии.

Посмотреть видео запись и презентации с круглого стола “Спад покупательской активности: что случилось с российским потребителем и как работать в новой реальности”.
Подробнее о мероприятии.

Поскольку дискуссия привлекла внимание федеральных СМИ (***медиа-холдинг Эксперт***, ***ОТР***), эксперты Школы получили возможность транслировать знания на широкую аудиторию.

Инновации

Современное общество находится в погоне за новыми прорывными идеями, которые ***перевернут мир*** верх дном.

Готовы ли мы на самом деле к суперсовременным инновациям?
Знаем ли мы как их продвигать?

Мы решили, что есть куда стремиться, и кое-чему поучиться явно не помешает. В качестве предмета мы выбрали перспективную и высокотехнологичную отрасль.

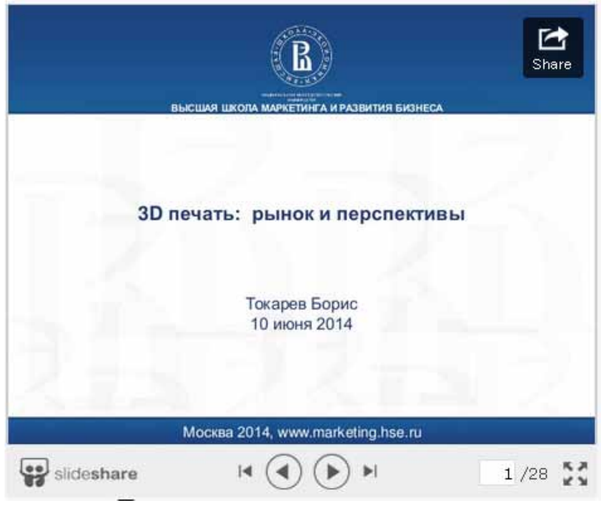
Посмотреть видео-запись с мероприятия

10 июня мы презентовали ***результаты исследований*** экспертов школы ***по 3D принтингу***, проведённого в рамках программы маркетинг инноваций.

Трёхмерная печать – это суперсовременная и технологически прорывная отрасль, а, кроме того, она представляет собой бурно растущий рынок.

На рынке 3D печати наряду с передовыми технологиями востребованы прорывные маркетинговые решения. Поиском таких решений занимается наша Школа.

Подробнее о мероприятии



Ознакомиться с результатами исследования по 3D-принтингу

Детский маркетинг

«Дети – наше все» сказал кто-то данным давно.

Спорить с уже ставшим классикой афоризмом мы не стали. Но вот уточнить, что же такое «все» и как с этим «всем» быть нам захотелось.

Подробнее ознакомиться с исследованием «Дети и гаджеты»

Школа уже не первый год исследует рынок детских товаров и услуг.

В 2013-2014 гг. мы совместно с ***порталом «ТВИДИ»*** изучали отношение детей к современным электронным девайсам и использование детьми интернета.

Подробнее ознакомиться с исследованием «Дети в интернете: кто они?»

Исследования «Дети и гаджеты» и «Дети в интернете» были представлены широкой публике 24 апреля 2014 года.

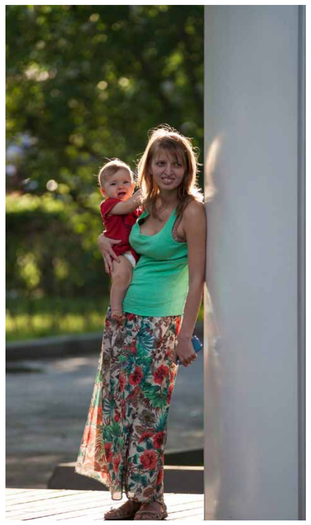
Детский маркетинг

В России индустрия детских товаров как самостоятельная отрасль экономики стала рассматриваться совсем недавно, но, несмотря на свой юный возврат, детский маркетинг стремится к самым высоким профессиональным стандартам.

В 2014 году Министерство промышленности и торговли приняло программные документы для развития отрасли: «Стратегия развития индустрии детских товаров Российской Федерации до 2020 года» и Профессиональные стандарты детских маркетологов. В разработке документов активное участие приняла декан Школы, Татьяна Комиссарова.

25-26 июня Ассоциация индустрии детских товаров и Высшая школа маркетинга и развития бизнеса провели четвёртый по счету форум ***«Секреты детского маркетинга»***, где представители компаний-лидеров детского рынка поделились своим опытом, и обсудили проблемы индустрии с коллегами по цеху.

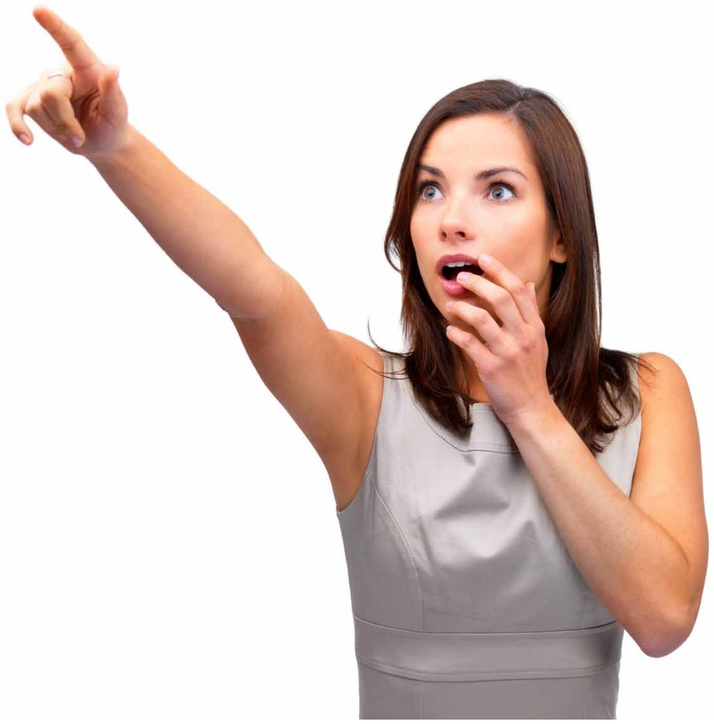
Декан Школы Татьяна Комиссарова с Андреем Себрантом, директором по маркетингу сервисов ОАО “Яндекс” на Форуме “Секреты детского маркетинга”



Актуальную информацию о наших мероприятиях и образовательных программах вы всегда сможете найти на

www.marketing.hse.ru и в социальных сетях

Спасибо, что были с нами эти три по-настоящему жарких месяца!

Мы ждем Вас на наших новых мероприятиях или в качестве слушателей наших программ в сентябре.

Ваша ВШМРБ!