



Высшая школа бизнеса

Центр развития компетенций в
маркетинге

Москва
2022

Карьера в маркетинге – продолжайте учиться у лучших*

* В 2019 году Высшая школа маркетинга и развития бизнеса НИУ ВШЭ заняла первое место в ежегодном рейтинге востребованности выпускников в категории маркетинга по версии HeadHunter.
В 2020-21 годах НИУ ВШЭ заняла первое место в рейтинге российских вузов по версии Forbes.



Спикеры мероприятия



Светлана Соколова

Руководитель отдела цифровых сервисов и технического маркетинга ООО «Грундфос»,
Руководитель и спикер программ ПК «Маркетинг для профессионалов» и ПП «Master in Marketing»
Профессиональный опыт в области маркетинга свыше 17 лет в отрасли машиностроения: бытовое и промышленное оборудование на строительном рынке



Луиза Улановская

Ex-директор по развитию и маркетингу холдинга RD Group, MBA
Профессиональный опыт в области маркетинга – более 20 лет в крупных нефтегазовых, страховых, инвестиционно-девелоперских компаниях
Лауреат национальной премии «ТОП-1000 лучших менеджеров России» в категории «Директор по Маркетингу» в 2017 году



Наталья Щербакова

Директор по продажам и маркетингу международной стаффинговой группы ANCOR
Профессиональный опыт в кадровой индустрии и маркетинге - 20 лет
Неоднократно входила в рейтинг «Топ-1000 российских менеджеров» по версии ИД «Коммерсантъ» и Ассоциации менеджеров России



Центр развития
компетенций в маркетинге

Луиза Улановская

Эксперт в области разработки продукта, продаж, маркетинга и клиентского опыта, MBA.

Руководила маркетингом и продажами компаниях нефтегазовой и страховой отраслей.

С 2008 года управляет маркетингом, продажами и клиентским сервисом в инвестиционно-девелоперских компаниях в сфере жилой и коммерческой недвижимости.

Член жюри отраслевых премий.

Приглашенный преподаватель НИУ ВШЭ.

Лауреат национальной премии «ТОП-1000 лучших менеджеров России» в категории «директор по маркетингу». 4-е место в категории «Недвижимость и строительство»





10 трендов, определяющих развитие маркетинга

1. Возрастает сложность решений потребителей о покупке
2. Усложняется сегментация и растет персонализация на основе Big Data
3. D2C модель маркетинга
4. Омниканальность охватывает все каналы коммуникаций и продаж. Гибридный подход в коммуникациях
5. Не-digital не существует
6. Считается всё, анализируется всё
7. Трансляция социальной позиции и прозрачность брендов. ESG развитие
8. Растет ценность UGC
9. Сращивание маркетинга и CX. Создание уникального Customer Experience как основа для развития бизнеса
10. Community organizing как модель вовлечения пользователей



Модели маркетинга

Конверсионная

- продажи
- получение заявок/обращений
- установка обратной связи
- переходы на сайт и т.п.

Имиджевая

- узнаваемость бренда
- вывод нового продукта на рынок
- изменение свойств товара

Репутационная

- формирование репутации бренда
- установка обратной связи с аудиторией
- поддержание лояльности клиентов
- работа с негативом





Soft-Skills для маркетологов

Наиболее важные soft-skills для сотрудников подразделений маркетинга. В опросе приняли участие 27 руководителей компаний, директоров по маркетингу и директоров по персоналу.

ТОП-5 самых важных soft-skills:

- Системность
- Нацеленность на результат
- Умение работать в команде
- Проактивность
- Ответственность





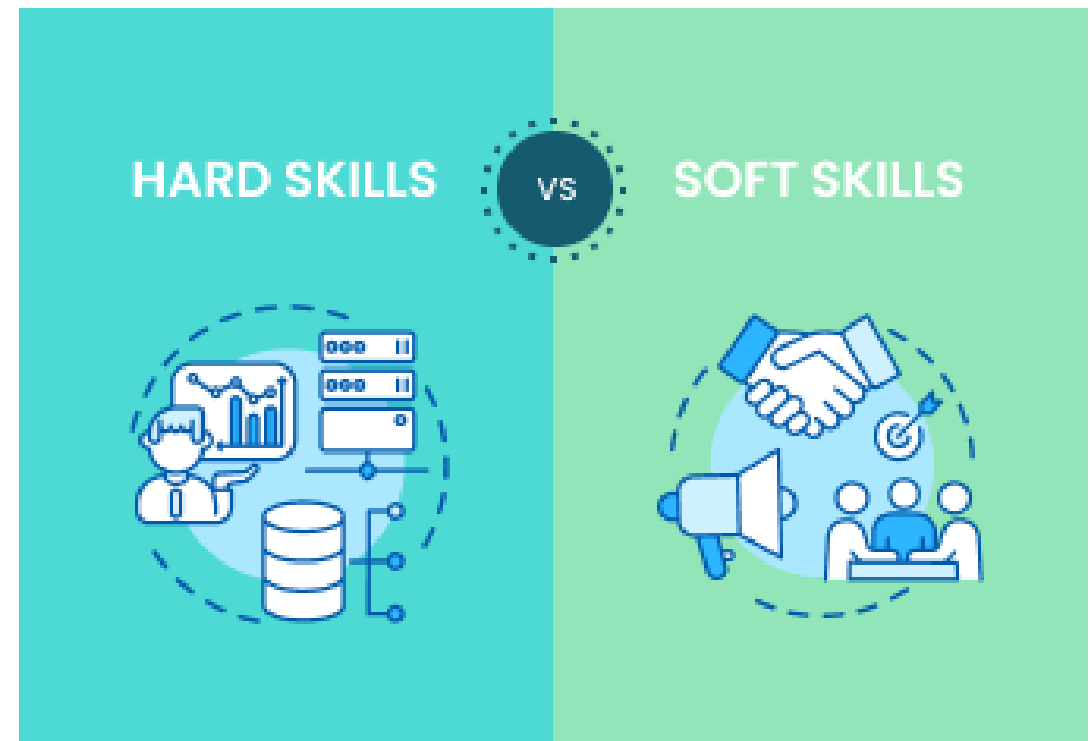
Hard skills и Soft skills – взаимодополняющие навыки

Для прокачивания hard skills нужен интеллект (IQ), а для soft skills – эмоциональный интеллект (EQ).

Соответственно, hard skills можно быстро освоить при достаточном желании и профессиональной хватке. А для soft skills нужно обучиться эмпатии, контролю эмоциями, умению эффективно взаимодействовать с другими. Это гораздо сложнее.

Постоянная практика, работа в командах над общим проектом с жесткими dead-lines позволяет прокачивать эти навыки во время обучения.

Hard skills все время развиваются и трансформируются. Digital-среда требует все более сильных компетенций, системных и глубоких знаний, понимания новых методик и инструментов.





Как оставаться востребованным в маркетинге

Понимание того, что происходит в индустрии и в смежных отраслях

Аналитика актуального состояния и исследование трендов. Анализ новых технологий, появившихся в отрасли

Признание, что прежние схемы работы не работают и передаются алгоритмам

Большинство процессов автоматизируется и заменяются алгоритмами. Необходимо отслеживать технологические инновации как в своей отрасли, так и в смежных отраслях

Обучение новым инструментам, новым технологиям и методикам

Нужно изучать новые инструменты, методы и бизнес-подходы. Не обязательно становится экспертом во всех областях, но знать применимость, понимать как это работает и где найти и каким именно экспертам в этом направлении. Обучение – часть профессии

Готовность к переменам

Ускоряющиеся перемены стимулируют развитие кросс-функциональности. Важно оставаться не только специалистом в своей узкой области знаний, но и расширять экспертность в смежных областях знаний и функционала



Развитие инноваций

Потребитель с готовностью принимает решения, которые помогают ему удобно покупать и создают новый опыт. Отвечая на запрос потребителей, возникает множество омниканальных и in-store решений, которые обеспечивают для потребителя «бесшовный переход» из онлайн в офлайн и обратно.

Инновации выходят за пределы только продуктовых решений и становятся customer-centric решениями

Инновация вчера – это разработка новых продуктов. Сегодня инновацией может стать принципиально новая связь между уже существующими объектами, существующими сервисами или объектами и сервисами.

Настолько новая, что она создает новый продукт и новые рынки.



План развития

1. Что вы сейчас можете дать компаниям?
2. Где вы хотите быть?
3. Чем хотите заниматься?
4. Чего Вам для этого не хватает: опыт, навыки, компетенции?

Крупные компании точно так же нуждаются в хороших сотрудниках, как и эти сотрудники в компаниях



Центр развития
компетенций в маркетинге

Варианты развития карьерного пути
маркетолога в современном бизнесе

Наталья Щербакова,
Директор по продажам
и маркетингу
ANCOR

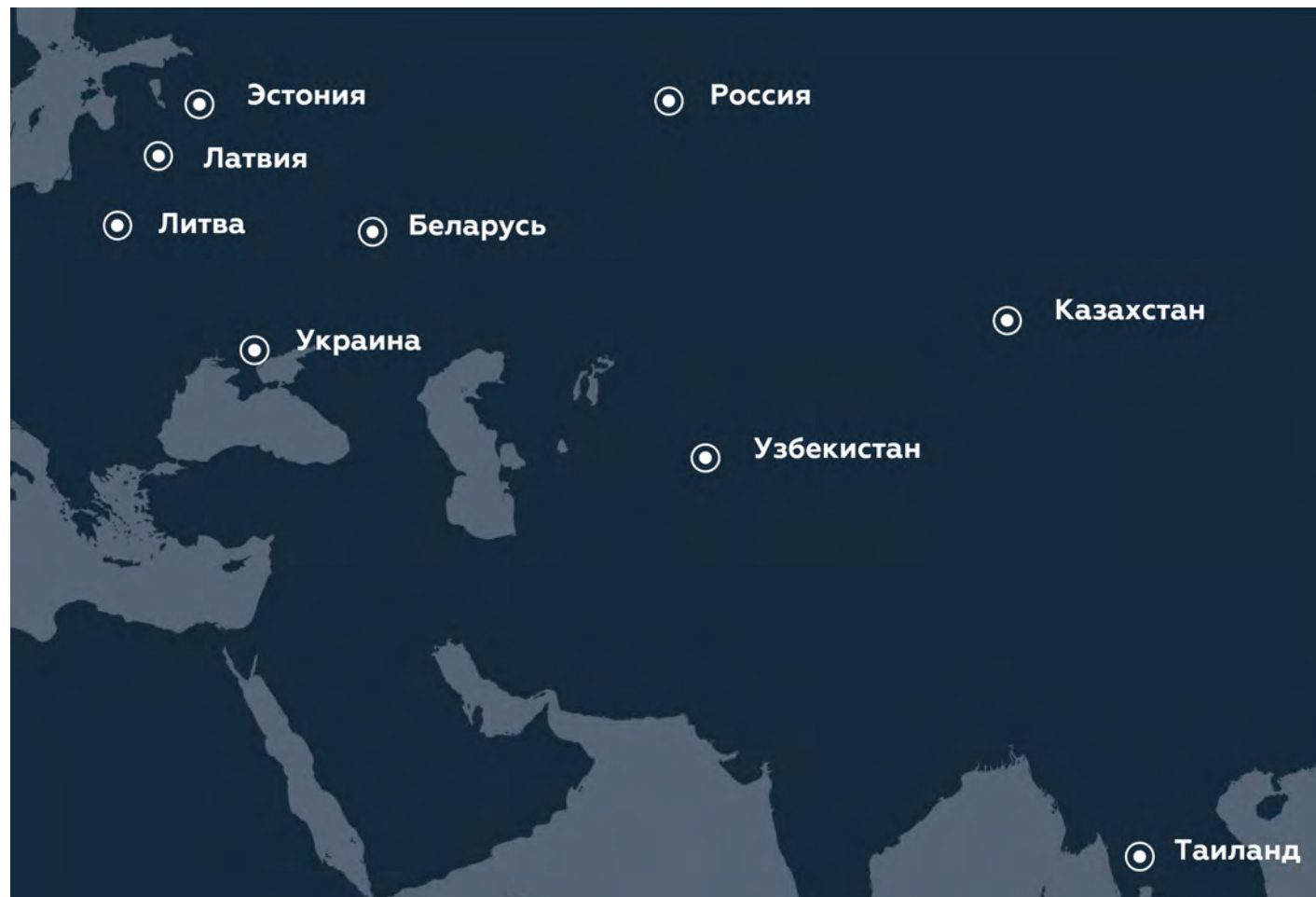




Центр развития
компетенций в маркетинге

Варианты развития карьерного пути
маркетолога в современном бизнесе

Группа компаний ANCOR



Основан в 1990 году



21+ миллиарда рублей
выручки в 2020 году



1500+ сотрудников



40+ офисов в 9 странах



2000+ международных и
локальных клиентов



25% доля рынка в РФ



Альянс с Randstad с 2012



Центр развития
компетенций в маркетинге

Варианты развития карьерного пути
маркетолога в современном бизнесе

**ANCOR – лидер
кадровой индустрии**

10 000+

специалистов ежегодно находят работу с ANCOR

2 000+

клиентов, международных и локальных компаний

**Мы устраиваем кандидатов в крупнейшие российские и
международные компании:**



L'ORÉAL



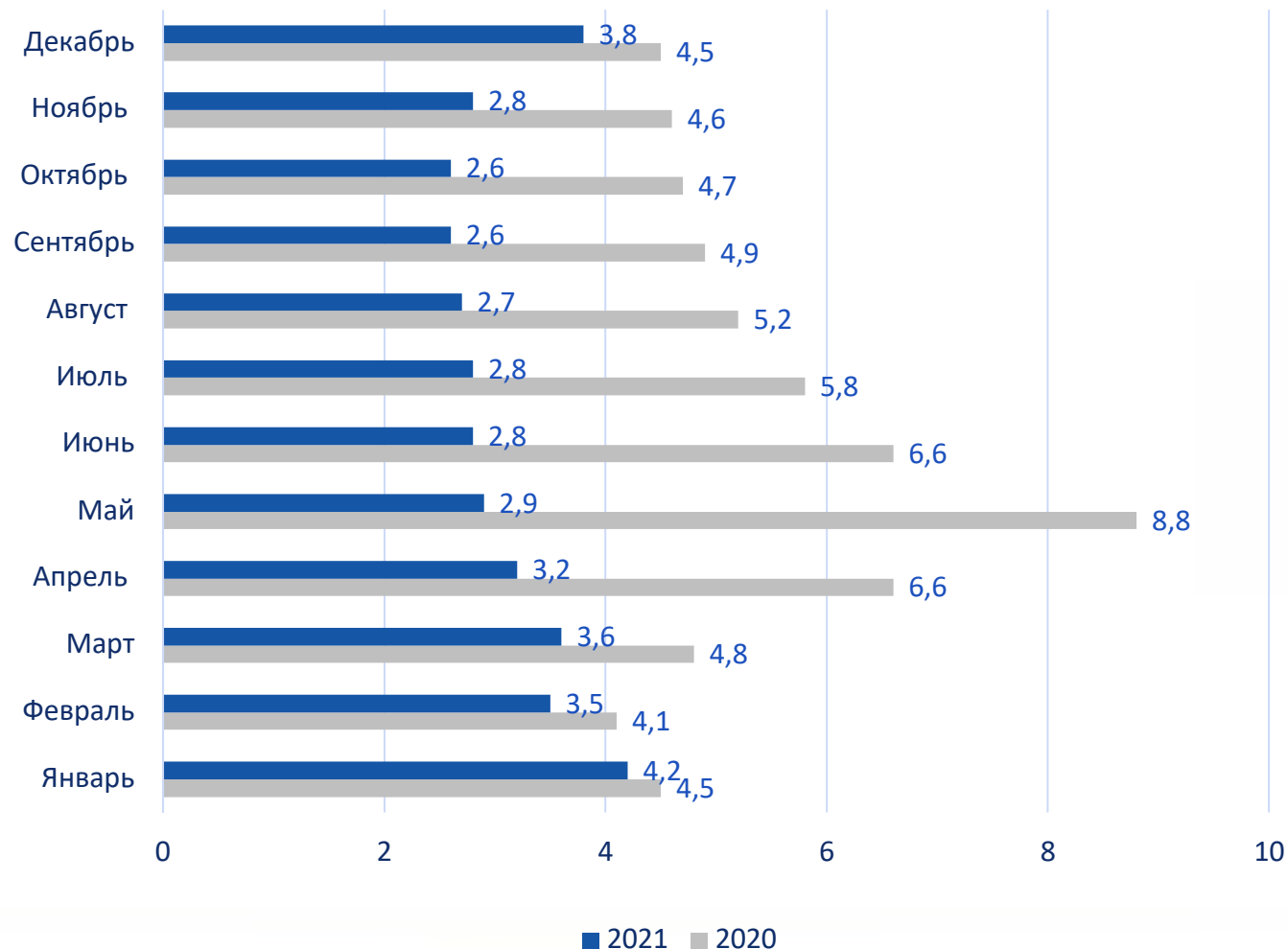
B/S/H/





Динамика НН индекса (маркетинг, реклама, PR)

Показывает дефицитность специалистов через отношение количества активных резюме к вакансиям. Резюме считается активным, если оно открыто для работодателей, и в последние два месяца соискатель хоть раз откликнулся на вакансии, обновлял резюме или редактировал его. Чем ниже индекс, тем ниже конкуренция среди соискателей в этой сфере.





Центр развития
компетенций в маркетинге

Варианты развития карьерного пути
маркетолога в современном бизнесе

Маркетинг: особенности рынка

In-house маркетинг

B2B

Ориентирован на выстраивание и поддержку долгосрочных отношений с клиентами.

Приоритетные функции:

- Event-маркетинг

B2C

Направлен на продвижение продукта широкой аудитории

Приоритетные функции:

- Аналитика

Работа в агентстве



Маркетинг – особенности некоторых индустрий

Фармацевтика

Высокий уровень
законодательного
регулирувания

Часто необходимо
медицинское образование

Категории Rx (рецептурные
препараты) и OTC
(безрецептурные)

Работа с
профессиональным
сообществом (врачи)

Fast moving consumer goods (FMCG)

Высокая конкуренция
требует высокой скорости
принятия решений

Постоянно меняющийся
рынок и новые
потребительские
предпочтения требуют
поиска новых категорий и
продуктов

E-commerce

Фокус на CRM

Таргетинг

Высокий уровень владения
цифровыми навыками

Быстро растущая индустрия
с высоким уровнем
конкуренции за
специалистов – самые
привлекательные зарплаты
для маркетологов на рынке
сейчас

Розница

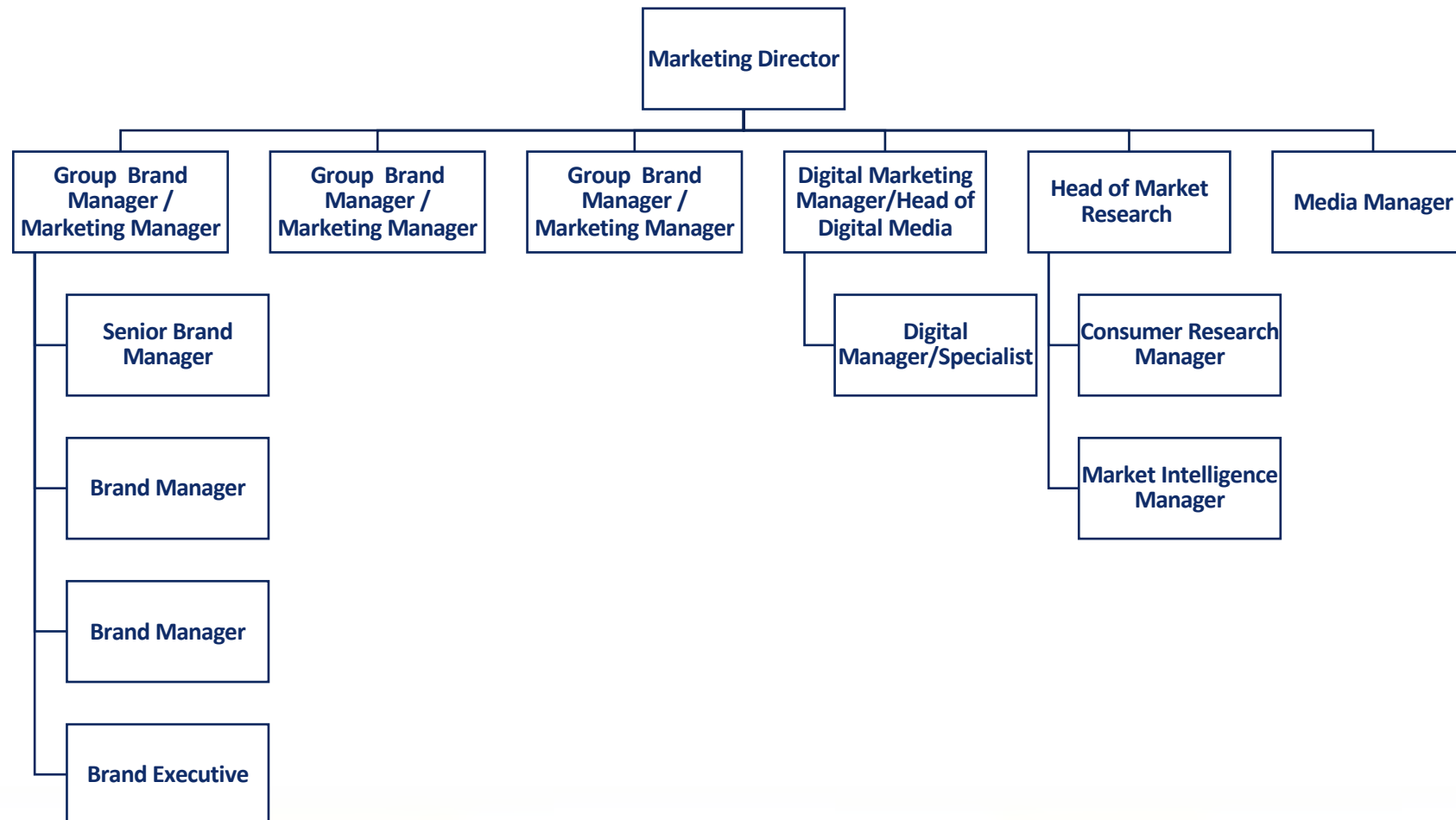
Акцент на коммуникации с
потребителями: программы
лояльности, CRM и др.

Кандидаты с опытом
работы в маркетинговом
агентстве высоко ценятся

В крупных компаниях
большую роль играют
медиа коммуникации



Ключевые функции маркетинга в FMCG



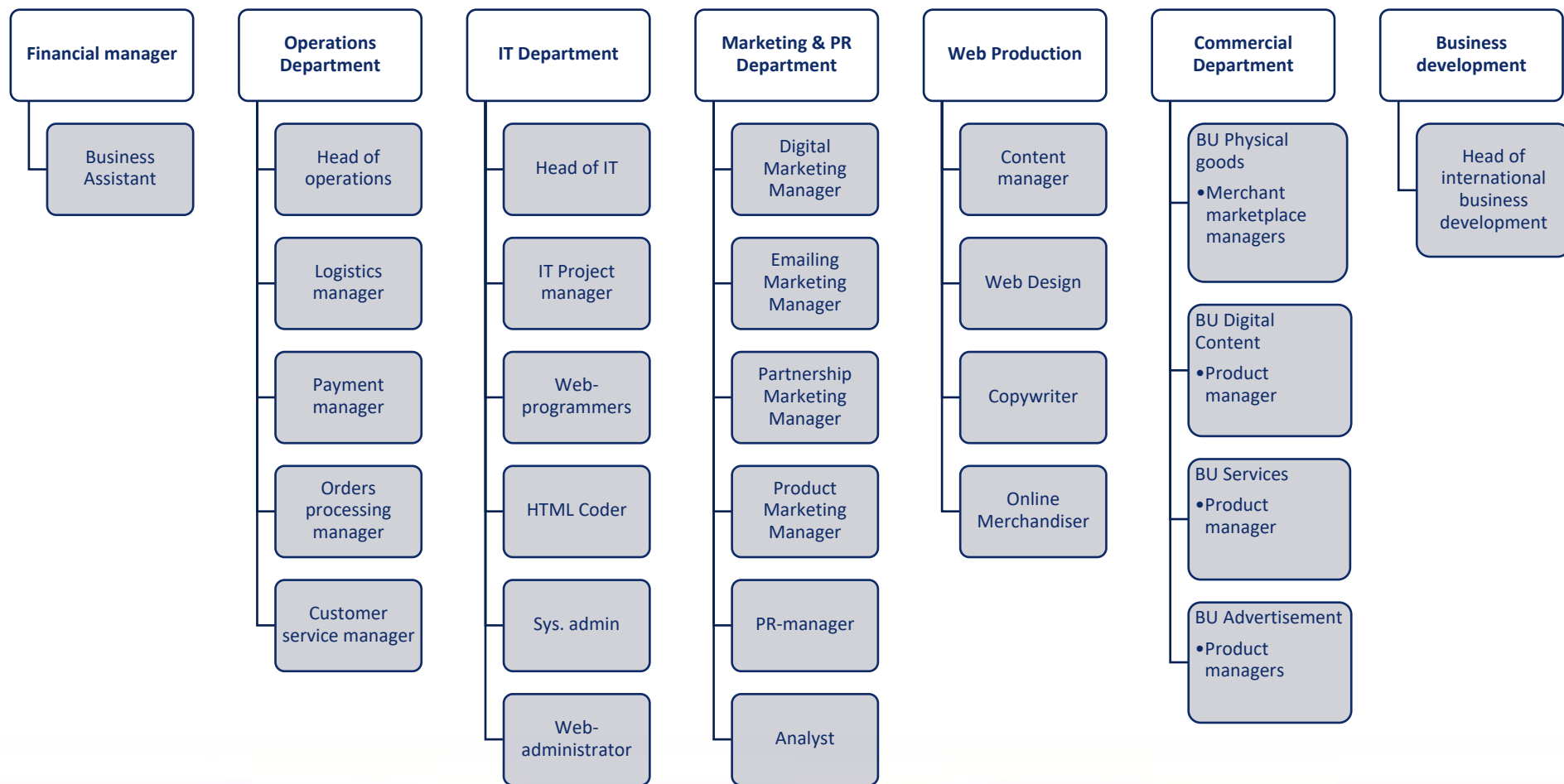


Ключевые функции маркетинга в Рознице





Ключевые функции маркетинга в E-commerce

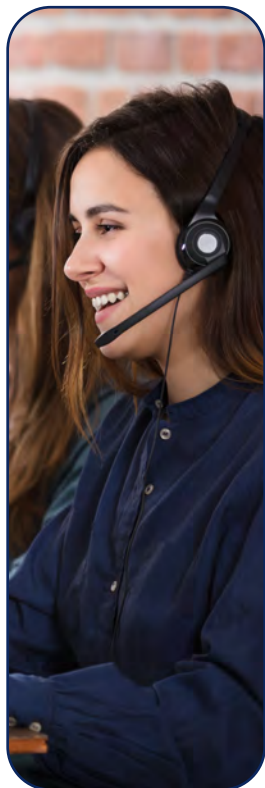




Центр развития
компетенций в маркетинге

Варианты развития карьерного пути
маркетолога в современном бизнесе

Функции департамента маркетинга и связей с общественностью в ANCOR



Прием
запросов



SMM & promo



Организация
мероприятий



Сайт



Исследования



PR



Дизайн &
продакшн



Стажировки и проектная работа – отличный старт карьеры в маркетинге для студентов и выпускников

Где найти стажировку?

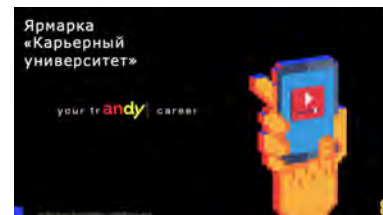
1. Сайты крупных компаний



На сайте ANCOR можно найти актуальные стажировки в крупнейших российских и международных компаниях



2. Социальные сети, профильные группы



3. Ярмарки карьеры





Центр развития
компетенций в маркетинге

Варианты развития карьерного пути
маркетолога в современном бизнесе

Как построить карьеру в маркетинге специалисту с опытом работы?

1. Сайты крупных компаний
2. Социальные сети, профильные группы
3. Сайты поиска работы
4. Рекомендации
5. Рекрутинговые агентства



На сайте ANCOR можно найти
актуальные вакансии в крупнейших
российских и международных
компаниях



Ознакомьтесь с
полезными советами по
поиску работы



Если у вас отсутствует релевантный опыт
работы, рекомендуем совершать переход в
маркетинг внутри своей текущей компании.



Зачем кандидатам работать с рекрутинговым агентством?



Рекрутер расскажет больше, чем можно узнать из описания вакансии

Он сможет дать вам представление о репутации и уникальных преимуществах каждой компании.



Рекрутер – ваш представитель и посредник в отношении потенциальных работодателей

Он убедится, что ваше резюме попадет к нужному менеджеру и потребует обратную связь после рассмотрения вашей кандидатуры.



Рекрутеры - специалисты по продажам, мы ведем переговоры за вас

Хороший рекрутер поможет вам не только подобрать подходящее место работы, но и «продаст» вашу кандидатуру работодателю по лучшим условиям.



Рекрутеры знают актуальные тренды рынка и дадут вам рекомендации по развитию карьеры

Специалист расскажет о трендах найма в индустрии и подскажет, какие навыки стоит развивать, чтобы стать еще более востребованным кандидатом.



Какие навыки важны в маркетинге?

По данным исследования ANCOR, маркетинг занимает 3 место среди специальностей с самыми высокими требованиями к цифровым навыкам вне IT.

Чаще всего в маркетинг приходят из следующих функций:

- Продажи
- Финансы
- Аналитика

Навыки глазами сотрудников и руководителей, 2021

Ознакомиться с отчетом:



Ключевые компетенции для маркетолога-специалиста

Творческое, креативное мышление, открытость всему новому

Аналитическое мышление

Работа с цифрами

Flexible and agile

Развитые презентационные навыки, навыки коммуникации

Компетенции для руководителя отдела маркетинга

Коммуникационные навыки

Лидерство, умение вести за собой

Умение развивать и вдохновлять

Управление ожиданиями stakeholder-ов

Управление ресурсами



Заработные платы FMCG

- **Стажер** – зависит от опыта, наличия законченного в.о. (20 000 – 60 000 gross)
- **Специалист по маркетингу** - 80 – 100 000 gross
- **Младший бренд менеджер (JBM)** – 100-130 000 gross
- **Бренд менеджер** - в зависимости от опыта:
 - 130-150 000 gross (опыт в маркетинге 2-3 года)
 - 150 - 200 000 gross + бонус (опыт в маркетинге 3-5 лет)
- **Старший бренд менеджер (SBM)** – 200-260 000 gross + бонус - зависит от опыта и уровня бренда, с которым работает
- **Руководитель группы брендов (GBM)** - 250-300 000 gross + бонус
- **Менеджер по маркетингу** - 270 – 350 000 gross + бонус (зависит от опыта, от величины категории/брендов, от величины команды, от доли категории в бизнесе компании)
- **Руководитель по маркетинговым исследованиям** - 300 – 350 000 gross + бонус
- **Менеджер по исследованиям рынка** - 180 – 230 000 gross + бонус



Заработные платы специалистов (digital маркетологи)

- О Начальный специалист – 100 – 150 тыс. gross оклад
- О Менеджер (от 3 лет опыта) – 180-250 тыс. gross оклад
- О Менеджеры с подчиненными – 280-350 тыс. gross оклад
- О Руководители (Head of Digital) – 350+ тыс. gross оклад



Заработные платы - Розница

- О **Специалист (1-2 года опыта работы) – 80-150 тыс.**
- О **Старший специалист (3-5 лет опыта работы) – 130-230 тыс.**
- О **Менеджер по маркетингу/рекламе (2-3 года) – 150-300 тыс.**
- О **Direct Communications Specialist (CRM) – 120-220 тыс., старший специалист – 180-350 тыс.**
- О **Руководитель направления – 200-350 тыс.**
- О **Директор – 350-900 тыс.**



Центр развития
компетенций в маркетинге

Карьера в маркетинге

О НИУ ВШЭ

О НИУ ВШЭ

Подтвержденная репутация ВУЗа

В 2019 году ВШМРБ* заняла первое место в ежегодном рейтинге востребованности выпускников московских вузов в категории маркетинга по версии HeadHunter.

Высшая Школа Экономики занимает 1 место в рейтинге Forbes 2020 и 2021 годов.

Документ об образовании НИУ ВШЭ

Слушатели, закончившие обучение в Центре, получают документ об образовании НИУ "Высшая школа экономики".

* - Высшая Школа Маркетинга и Развития Бизнеса – название Центра до 01.09.2020.





Центр развития
компетенций в маркетинге

Карьера в маркетинге

О Центре



О Центре

Подтвержденный карьерный рост

Каждый второй выпускник Центра получил повышение по работе не позже одного года после окончания обучения.

Индивидуальная траектория развития

Возможность выбора специализации для создания индивидуального трека обучения и формирования глубоких компетенций.

Видение

Репутация Центра как трендотчера, создавшего дорожную карту специализаций в маркетинге до 2025 и формирующего программы must-have маркетинговых компетенций.

Миссия

Мы формируем современный стандарт маркетинговых компетенций.



Преимущества обучения

Уникальный контент

Регулярное обновление методик и концентрация на проверенных практикой знаниях гарантирует эффективное обучение слушателей.

Отработка знаний на кейсах и проектах

Взаимодействие со слушателями строится на концепции edutainment. Слушатели отрабатывают навыки на кейсах и проектах в «режиме реального времени», в том числе собственных.

Преподаватели-практики

Высокое качество преподавания обеспечивается преподавателями-практиками с опытом работы в крупных российских и международных компаниях.





Обзор программ

ПРОГРАММА	MASTER IN MARKETING	МАРКЕТИНГ ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ
ВИД	Профессиональная переподготовка	Повышение квалификации
ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ОБУЧЕНИЯ	14 месяцев (с учетом летних каникул) 760 академических часа	5 месяцев 342 академических часа
ПОЛУЧЕННЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ	Получение прикладной специализации в области маркетинга	Возможность работать в должности менеджера по маркетингу как в больших, так и в маленьких компаниях в секторах B2C и B2B
ДОКУМЕНТ	Диплом о профессиональной переподготовке НИУ ВШЭ	Удостоверение о повышении квалификации НИУ ВШЭ



Центр развития
компетенций в маркетинге

Карьера в маркетинге

Для кого

Для кого

МАРКЕТИНГ ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ

Для тех, кому важно быть актуальным профессионалом здесь и сейчас



Для начинающих маркетологов, которым важно быстро приобрести базовые маркетинговые навыки



Для специалистов, желающих систематизировать накопленный практический опыт



Для специалистов смежных профессий (продажи, PR, IT, продакт-менеджеры и др.), которые хотят расширить свой профессиональный кругозор



Для владельцев бизнеса, отстраивающих систему управления маркетинговым комплексом в компании, которым необходимо понимание ролей и функций сотрудников в отделе маркетинга

MASTER IN MARKETING

Для желающих основательно погрузиться в материал или даже приобрести новую специальность



Для начинающих специалистов-маркетологов с опытом 1-3 года, не имеющих профильного образования и желающих иметь диплом о переподготовке, а также повысить уровень своих компетенций в области маркетинга



Для специалистов смежных профессий в сфере экономики, социологии, политологии, психологии, связей с общественностью/PR, продаж, желающих приобрести профессию маркетолога



Программы обучения

МАРКЕТИНГ ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ

Анализ внешней
среды

Анализ рынка

Анализ
внутренней
среды

SWOT-анализ

Стратегия

Тактика,
бюджет,
контроль

Поведенческий
маркетинг

Нейромаркетинг

Дисциплины специализации*

- Бренд-менеджмент
- Коммуникации и продажи в экосистеме омниканальности

MASTER IN MARKETING

*по выбору не более одной дисциплины специализации



Центр развития
компетенций в маркетинге

Карьера в маркетинге

Стартуем!



Стартуем!

Старт программ
15 марта 2022 года

**Приходите к нам
учиться!**



Высшая школа бизнеса

Центр развития
компетенций в маркетинге

Карьера в маркетинге – продолжайте учиться у лучших*

www.marketing.hse.ru

Телефон: +7 (495) 959-
4552

Адрес: ул. Шаболовка, д.28/11, стр. 2, каб. 2201

* В 2019 году Высшая школа маркетинга и развития бизнеса НИУ ВШЭ заняла первое место в ежегодном рейтинге востребованности выпускников в категории маркетинга по версии HeadHunter.
В 2020-21 годах НИУ ВШЭ заняла первое место в рейтинге российских вузов по версии Forbes.