Пост-релиз IV конференции «Маркетинг России»

21.10.2016 года  в РЭУ имени Г.В.Плеханова в рамках празднования 110-летия Плехановского университета состоялась **IV Международная научно-практическая конференция «Маркетинг России»**, проводимая ежегодно Гильдией Маркетологов в память о научном руководителе Гильдии профессоре А.П. Панкрухине.

Тема конференции этого года – **«Профессиональные и образовательные стандарты маркетолога в России. Требования времени»** – вызвала большой интерес.

В **конференции приняли участие более 200 человек** (очное и заочное участие). В работе конференции приняли участие представители университетов из Москвы, Санкт-Петербурга, Казани, Ярославля, Смоленска, Владимира, Орла, Краснодара, Ставрополя, а также представители реального сектора экономики, исследовательских и консалтинговых агентств.

Приветственное слово участникам конференции прислал **Филип Котлер** - Почетный профессор РЭУ имени Г.В.Плеханова, легендарный автор книг по маркетингу, почетный профессор высшей школы менеджмента Kellog Северо-Западного Университета (США).

После приветственных слов к участникам конференции от **Проректора РЭУ по учебной работе профессора Гришиной О.А. и Президента Гильдии маркетологов Березина И.С.** участникам конференции был показан историко-документальный фильм «Плехановский век», созданный по инициативе и при активном участии Матвея Кипниса, студента РЭУ и сотрудников Центра Коммуникаций и сохранения историко-культурного наследия Плехановского университета.

В ходе пленарного заседания состоялись общественные слушания **проекта профессионального стандарта «Специалист по маркетингу (маркетолог)**, подготовленного рабочей группой Гильдии маркетологов, представителями работодателей и ведущих вузов, реализующих образовательные программы по маркетингу.  С презентацией Стандарта выступил ЧленСовета Гильдии маркетологов Н.Григорьев.

Также прошли слушания профессионального стандарта **«Специалист по интернет-маркетингу»**, в разработке которого принимали участие Ассоциация интернет-разработчиков и представители вузов, члены Гильдии маркетологов. Презентовал Стандарт Директор ОНЦ «Кибернетика» и эксперт Минтруда по разработке профессиональных стандартов С.А.Лебедев.

В Пленарном заседании выступили также Президент Гильдии Игорь Березин с докладом **о Новой экономической реальности в России** и с трансформацией роли и задач маркетинга в новых условиях.  Скоробогатых Ирина Ивановна – зав.кафедрой маркетинга РЭУ им.Г.В.Плеханова говорила **об анализе разрывов и точек контакта профессионального и образовательного стандарта по маркетингу**. Этот доклад был поддержан выступлением Шевченко Д.А.,  почетного члена Гильдии маркетологов, заведующего кафедрой маркетинга в сфере науки и инноваций Московского политехнического Университета, который принимал активное участие как в разработке профессионального стандарта по маркетингу, так и в разработке профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу». В своем докладе профессор Шевченко Д.А. сделал акцент на **необходимость интеграции профессионального и образовательного стандартов по маркетингу**.

Член Совета Гильдии маркетологов, Президент исследовательской и консалтинговой компании Step-by-Step А.Р.Птуха говорила с позиции работодателя и консультанта о том, каким должен быть маркетолог, **каковы основные требования профессионального сообщества к специалисту по маркетингу.**

Д.В.Иванюшин, член совета Гильдии маркетологов в своем докладе осветил вопросы **макромаркетинга,** который, на его взгляд можно и нужно рассматривать для малого и среднего бизнеса через призму содержания профессионального стандарта, в котором следует отразить как маркетинг и специалист по маркетингу может учитывать условия формирования маркетинговой среды для завоевания рынков.

Член Гильдии маркетологов, доцент Финансового университета Панюкова В.В. представила результаты **исследования о трудовых функциях маркетолога** в профессиональных стандартах специалистов финансовой и торговой сферы.

Заместитель первого проректора финансового университета профессор И.А.Фирсова говорила **о проблемах и перспективах развития маркетинга в сфере образования.**

В завершение Пленарного заседания конференции, член Гильдии маркетологов, заведующая кафедрой маркетинга Казанского (Приволжского)Федерального Университета профессор Каленская Н.В. доложила о результатах проведенного в университете исследования **об анализе поведения потребителей образовательных услуг.**

**Секционные заседания** были посвящены таким важнейшим разделам современного маркетинга, как **«Маркетинг образования»** (руководители секции: Сагинова О.В. профессор кафедры предпринимательства и логистики РЭУ им.Г.В.Плеханова, член Гильдии маркетологов и д.э.н., профессор Абаев А.Л., заведующий кафедрой маркетинга и рекламы РГГУ, член Совета Гильдии маркетологов, руководитель цеха «Образование**»);  «Маркетинг регионов»** (руководители секции: Лукина А.В., к.э.н., доцент кафедры маркетинга РЭУ им.Г.В.Плеханова и Мусатова Ж.Б., к.э.н., доцент кафедры маркетинга РЭУ им.Г.В.Плеханова, член Гильдии маркетологов). Эти две секции традиционно представляют интерес участников конференции как важнейшее наследие проф.Панкрухина А.П. в теорию и практику маркетинга. Секция **«Маркетинг финансовых услуг»** прошла под руководством Карповой С.В. д.э.н., профессора департамента менеджмента Финансового университета при правительстве Москвы, члена Совета Гильдии маркетологов. Секцию **«Инновационный маркетинг – Маркетинг инноваций»** провели д.э.н., профессор Скоробогатых И.И., зав.кафедрой маркетинга РЭУ им.Г.В.Плеханова, член Гильдии маркетологов и Д.А.Шевченко.

**На заседаниях секций** поднимались вопросы **современных выходов и перспектив развития высшего образования в целом** (Штыхно Д.А., проректор РЭУ им.Г.В.Плеханова по развитию). Специалисты из СПГЭУ д.э.н., профессор Юлдашева О.У., зав.кафедрой маркетинг, ст.преподаватель кафедры маркетинга Ширшова О.И. и ст.преподаватель кафедры маркетинга Погребова О.А.   говорили о том,  как усиливать подготовку маркетолога с помощью обучения студентам количественным исследованиям на основании эмпирических исследований, проводимых в СПГЭУ. Были представлены доклады об основных научных исследованиях РЭУ имени Г.В.Плеханова: «О методических подходах к формированию актуальных образовательных программ» (профессор Ивашкова Н.И.), «Маркетинговые аспекты формирования имиджа регионального вуза» (Ковалева Е.Н., Смоленский филиал РЭУ), «Стратегии ценообразования и конкурентоспособность программ дополнительного образования» (доц.Тростина К.В.), «Подходы к оценке эффективности деятельности вуза» (Кондратьева А.А.). вызвали интерес доклады о прикладных исследованиях «Снижение риска неопределенности качества образовательных услуг в восприятии потребителей» (доц.Стукалова А.А., доц.Тультаев Т.А.), профессор Панасенко С.В. и доцент Казанцева С.Ю. сделали доклад о перспективах востребованности профессии маркетолог на основе анализа Атласа востребованных профессий и других прогнозных документов.

Представитель Московского гуманитарного университета, член Гильдии маркетологов Симакина М.А. сделала доклад о формировании списков и ранжировании классических работ по маркетингу. Представители кафедры стратегического маркетинга НИУ ВШЭ доцент Ребязина В.А. и Дворяшина М.М. представили исследования содержания подготовки маркетолога в образовательных программах направления «Менеджмент». Начальник отдела маркетинга Орловского государственного университета им.И.С.Тургенева Климова Ж.Н. говорила об опыте Опорного университета Орловской области в формировании модульных графиков образовательной программы по маркетингу.

В секции **«Маркетинг регионов»** (второе важнейшее направление, которое развивал профессор Панкрухин А.П.) приняли участие специалисты, аспиранты, ученые, которые занимаются исследованием этого прикладного направления маркетинга, а также говорят о необходимости развития образования в этом направлении. Аспирант кафедры маркетинга РЭУ Григорьева И.А. представила результаты выявления современных тенденций регионального маркетинга как управленческой концепции. Профессор департамента менеджмента Ермаков Д.Н. доложил о развитии маркетинговой привлекательности Владимирской области. Профессор Финуниверситета Колодняя Г.В. говорила об анализе успешных практик маркетинга регинов. Профессор кафедры маркетинга РЭУ Сейфуллаева М.Э. представила результаты своих исследований, как ТНК и их маркетинговая деятельность помогают или мешают развитию региональных потребительских рынков в России и других странах.  Зав.кафедрой маркетинга РГГУ профессор А.Л.Абаев говорил о специфике организации проведения маркетинговых исследований в разных регионах. Джанджугазова Е.А., профессор РЭУ им.Г.В.Плеханова представила доклад о том, как использовать социальные медиа для продвижения туристских дестинаций. Руководитель центра регионального маркетинга Ярославского филиала РЭУ им.Г.В.Плеханова Иванова И.Е. говорила о комплексном подходе к брендстроительству малого города на примере г.Переяславля-Залесского.

Секция **«Маркетинг инноваций –инновации в маркетинге»** также прошла в очень интересной и конструктивной атмосфере. Представители кафедры маркетинга РЭУ им.Г.В.Плеханова представили результаты исследовательских проектов, которые ведутся сейчас на кафедре при поддержке и финансировании со стороны Плехановского университета. Профессор Р.Р.Сидорчук представил результаты предварительного и поискового этапов НИР на тему: «Исследование ценностей студенческого сегмента молодежной аудитории». Научная группа в лице проф.Мхитаряна С.В., проф.Данченок Л.А., (член Гильдии маркетологов) доц. Мусатова Ж.Б. (член Гильдии маркетологов), доц.Невоструев П.Ю. и ассистент Коробков С.А. в лице доцента Невоструева П.Ю. представили результаты НИР «SMART-технологии в маркетинге». Научная группа кафедры маркетинга доцент Лукина А.В. (руководитель комплексной междисциплинарной  НИР), проф. Потравный И.М., к.э.н., ассистент Малова Д.В. и ассистент Кузнецов В.В. представили результаты первичного исследования и анализа международного и отечественного опыта для  темы «Стратегия перехода вуза на принципы «зеленого» университета». Доцент финансового университета Калинина М.А. выступила с темой «Коммодитизация как новый инновационный маркетинговый инструмент». Профессор Финансового университета Синяева И.М. представила доклад «Частно-государственное партнерство, как важный элемент системы коммерциализации новинки». Живой интерес вызвал доклад заведующей кафедрой менеджмента и маркетинга Владимирского филиала Финансового университета при Правительства Москвы, к.э.н. Искяндеровой Т.А. на тему: «Хайтек-маркетинг как направление развития маркетинга инновационной продукции высоких технологий». Руководитель отдела стратегического маркетинга ООО «Аптека – А.в.е.», член Гильдии маркетологов Орехов Д.Е. представил концептуальный доклад о трансформации и согласовании Пирамиды Маслоу и Призмы потребностей. Завершил секцию доклад старшего преподавателя кафедры маркетинга РЭУ им.Г.В.Плеханова, генерального директора агентства YES Н.А.Перепелкина на тему: «Событийный маркетинг в условиях трансформации функции маркетинга». Этот доклад также вызвал множество вопросов с точки зрения приветствия комплексности и системности подхода к этому направлению маркетинга и критического взгляда и предложению по совершенствованию оценок емкости рынка.

Секция **«Маркетинг финансовых услуг»** традиционно вызывает большой интерес у специалистов финансового университета при правительстве Москвы. Руководителем секции выступила профессор Карпова С.В., член Совета Гильдии маркетологов, ассистировали ей доцент финансовго университета Балова С.Л. и доцент финансового университета Рожков И.В. На секции были представлены следующие доклады (обобщенно), которые развивают и расширяют понимание теории и практики маркетинга и негобходимости разработки профессиональных стандартов по маркетингу в гармонизации с образовательными стандартами (Захаренко И.К., зам.декана факультета менеджмента Финуниверситета, член Гильдии маркетологов): «Формирование профессиональных компетенций маркетолога на финансовых рынках (проф.Карпова С.В.)», «Участие ведущих игроков финансового рынка в разработке профессионального стандарта маркетолога: проблемы и перспективы» (Иванов А. А. – президент ИГ «Универ», член Гильдии Маркетологов, к.э.н.); «Проблемы создания профессиональных стандартов и их роль в развитии финансовых рынков» (Климов Д. В. – директор ЦНИИП градостроительства РААСН, доц. департамента менеджмента Финуниверситета, член Гильдии Маркетологов, к.э.н.); «Управленческие решения маркетолога при реализации стратегии продвижения продукции на рынке финансовых услуг» (Балова С.Л., доц. департамента менеджмента Финуниверситета, член Гильдии Маркетологов, к.э.н.); «Проблемы преподавания маркетинга в современной российской высшей школе: вопросы теории и практики» (Ермаков Д.Н. доц. департамента менеджмента Финуниверситета, член Гильдии Маркетологов, д.э.н., проф.); «Профессиональная деятельность социального маркетолога» (Козлова Н.П. доц. департамента менеджмента Финуниверситета, член Гильдии Маркетологов, к.э.н.); «Информационные технологии как базис формирования трудовых функций маркетолога на рынке финансовых услуг» (Рожков И.В. - доц. департамента менеджмента Финуниверситета, член Гильдии Маркетологов, к.э.н.); «Роль маркетолога в управлении программами лояльности розничных банков» (Комаров В. М. – доц. департамента менеджмента Финуниверситета, член Гильдии Маркетологов, к.э.н.); «Новые требования работодателя к организации  маркетинговых исследований на финансовом рынке»  (Солдатова Н.Ф. – доц. департамента менеджмента Финуниверситета, член Гильдии Маркетологов, к.э.н.);  «Профессиональная деятельность маркетолога при исследовании финансово рынка регионального уровня» (Русин В.Н. – доц. департамента менеджмента Финуниверситета, к.т.н.); «Корреляция профессиональных и образовательных стандартов как требование рынка финансовых услуг» (Сафонова И.В. – зам. декана факультета БУиУ Финуверситета, к.э.н.). Следует отметить активность молодых ученых Финансового университета в работе этой секции. В списке докладов этой секции от молодых ученых следует отметить следующие выступления:  Захаров И.С. – аспирант департамента менеджмента Финуниверситета на тему: «Особенности формирования профессиональных компетенций маркетолога в банке»; Ермилова М.М.– магистрант ФМ2-1м Финуниверситет  с темой: «Содержание и характеристика трудовой функции по разработке и реализации политики ценообразования финансовой организации»; Джигкаева А.С. – магистрант ФМ2-1м Финуниверситет. Доклад на тему: «Особенности работы маркетолога по позиционированию на финансовых рынках»

Доклады на секционных заседаниях были посвящены результатам академических и прикладных исследований, которые проводят ученые и практики маркетинга в целях развития теории, методологии и практики маркетинга, как науки, как практической деятельности и как методологии исследования.  Все участники конференции высказали мысль, что **разработанный профессиональный стандарт по маркетингу следует считать зонтичным (общим). Он может послужить базой для разработки профессиональных стандартов «Специалист по маркетингу финансовых услуг», «Специалист по региональному маркетингу» и др**., которые помогут и бизнесу и академическому сообществу и развивать маркетинг как науку и практику и повышать требования к качеству подготовки специалистов с ориентацией на различные виды деятельности, на разном уровне управления и для разных специфических рынков.

Статьи участников конференции (требования и формат не более 7 страниц со списком литературы, аннотацией и ключевыми словами на русском и английском языках) приняты к публикации в сборник 4-й Международной научно-практической конференции «Маркетинг России» (РИНЦ) (Редакторы сборника д.э.н., проф.Скоробогатых И.И., член Гильдии маркетологов и к.э.н., доц. Лукина А.В.) – срок – декабрь 2016 г. Лучшие статьи конференции (объемом до 15 стр. текста будут отобраны для публикации в  журнале «Человеческий капитал и профессиональное образование» № 1 за 2017 год (главный редактор д.э.н., профессор Сагинова О.В., член Гильдии маркетологов).

По результатам работы конференции была принята **резолюция об одобрении проектов профессиональных стандартов «Специалист по маркетингу (маркетолог)» и «Специалист по интернет-маркетингу»,** а также одобрены основные выводы о необходимости участия вузов, представителей бизнес-сообщества в разработке и уточнении образовательных стандартов в соответствии с профессиональными стандартами профессии «специалист по маркетингу».

Подготовлено:

Березин И.С.

Скоробогатых И.И.

Сагинова О.В.,

Карпова С.В.

Абаев А.Л.

Шевченко Д.А.