

Маркетинг:
от образования к профессиональной деятельности

УДК 339.138:378.14

М27

Маркетинг: от образования к профессиональной деятельности (монография) /
Коллектив авторов. Под ред. Г.Л. Азоева. – М.: Издательский дом ГУУ, 2017. –
249 с.

Читателям представлены результаты исследований проблем маркетинга и повышения конкурентоспособности выпускников-маркетологов. Рассматриваются направления и приоритеты совершенствования стандартов и технологий преподавания маркетинга, насыщения дисциплин современными маркетинговыми технологиями и инструментами, применяемыми в различных отраслях и сферах деятельности.

Издание посвящено члену-корреспонденту РАН Анатолию Георгиевичу Поршневу, выдающемуся организатору науки и образования в сфере управления, ректору (1986-2006 гг.) и президенту (2006-2008 гг.) ГУУ, основателю кафедры и Института маркетинга ГУУ.

© ФГБОУВО «Государственный университет управления», 2017

© Азоев Г.Л. и др. см. с.4-6, 2017

Авторский коллектив

- Азоев Г.Л. © директор Института маркетинга ГУУ, заведующий кафедрой маркетинга, доктор экономических наук, профессор **(введение, 2.3)**
- Адаменко Е.Ю. © кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга услуг и бренд-менеджмента ГУУ **(6.2)**
- Александрова И.Ю. © кандидат психологических наук, доцент кафедры маркетинга ГУУ **(5.3)**
- Алешина И.В. © кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга ГУУ **(1.2)**
- Алешникова В.И. © доктор экономических наук, профессор кафедры маркетинга ГУУ **(1.3)**
- Анисимова Н.А. © кандидат экономических наук, профессор кафедры экономики и основ предпринимательства ВГТУ **(4.8)**
- Бикен Н.С. © кандидат психологических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью ГУУ **(6.5)**
- Бутковская Г.В. © кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга ГУУ **(6.1)**
- Голикова Г.В. © доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и управления организациями ВГУ **(4.6)**
- Ефремов В.С. © заведующий кафедрой менеджмента РУДН, д.э.н., профессор **(2.1)**
- Захаренко И.К. © кандидат экономических наук, доцент ФУ при Правительстве РФ **(5.4)**

- Зобов А.М. © заведующий кафедрой маркетинга РУДН, кандидат экономических наук, профессор **(1.1)**
- Зюбина М.С. © магистр ВГТУ **(4.8)**
- Калыгина В.В. © старший преподаватель кафедры маркетинга РУДН **(1.1)**
- Ковалев А.И. © кандидат экономических наук, профессор кафедры маркетинга ГУУ **(4.5)**
- Козлова Д.В. © магистр ФУ при Правительстве РФ **(5.4)**
- Курасова О.В. © ассистент кафедры рекламы и связей с общественностью ГУУ **(5.1)**
- Макашев М.О. © доктор экономических наук, профессор кафедры маркетинга услуг и бренд-менеджмента ГУУ **(4.4)**
- Матевосян Г.Г. © бакалавр ГУУ **(4.2)**
- Меньшикова М.В. © кандидат психологических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью ГУУ **(3.3)**
- Мусатова С.А. © кандидат психологических наук, старший преподаватель кафедры рекламы и связей с общественностью ГУУ **(6.4)**
- Ольховников А.В. © кандидат социологических наук, профессор кафедры рекламы и связей с общественностью ГУУ **(5.2)**
- Орлова М.В. © кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга услуг и бренд-менеджмента ГУУ **(6.3)**
- Осадчий А.Г. © доцент кафедры маркетинга услуг и бренд-менеджмента ГУУ **(4.1)**
- Рыжикова Т.Н. © доктор экономических наук, профессор кафедры маркетинга ГУУ **(3.1)**

- Семенов И.В. © кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга ГУУ (3.2)
- Смотрова Т.И. © кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента ИММиФ (4.7)
- Старостин В.С. © заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью ГУУ, кандидат экономических наук, доцент (4.2)
- Сумарокова Е.В. © кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга ГУУ (6.1)
- Терехова А.И. © кандидат экономических наук, доцент кафедры социальной работы, управления и социального права РГСУ (4.9)
- Токарев Б.Е. © доктор экономических наук, профессор кафедры маркетинга ГУУ (4.3)
- Токарев Р.Б. © ведущий специалист по патентам ООО «Яндекс» (4.1)
- Титарева В.А. © аспирант РЭУ им. Г.В. Плеханова, Воронежский филиал (4.6)
- Филинов Н.Б. © декан Факультета бизнеса и менеджмента НИУ ВШЭ, кандидат экономических наук, профессор (2.2)
- Челенков А.П. © заведующий кафедрой маркетинга услуг и бренд-менеджмента ГУУ, кандидат экономических наук, доцент (4.1, 6.2)
- Чернышова А.М. © кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга РУДН (1.1)

Оглавление

	стр.
Введение: к 80-летию члена-корреспондента РАН А.Г. Поршнева.....	11
Глава 1. Конкурентоспособность вузов и выпускников: тренды и маркетинговые приоритеты.....	16
1.1. Маркетинговые и PR-активности ведущих университетов мира: современные тенденции и инструменты.....	16
1.2. Факторы международной конкурентоспособности вузов.....	24
1.3. Формирование конкурентоспособности выпускников-маркетологов.....	31
Глава 2. Менеджмент и маркетинг: от теории к образовательным стандартам.....	38
2.1. Апология мета-менеджмента.....	38
2.2. Запрос на управленческое образование и дискуссия по поводу бакалаврских программ по направлению «Менеджмент».	51
2.3. Развитие маркетинга и отставание образовательного стандарта.....	62
Глава 3. Приоритеты преподавания маркетинга.....	70
3.1. Обучение маркетингу: связь науки и практики.....	70
3.2. Преподавание стратегического маркетинга: итоги и перспективы.....	75
3.3. Роль прогнозирования в подготовке конкурентоспособных профессионалов в сфере маркетинговых коммуникаций.....	88
Глава 4. Развитие маркетинговых технологий и инструментов	95
4.1. Оценка патентного портфеля в маркетинговых исследованиях.....	95
4.2. Маркетинговые аспекты совместной разработки новых продуктов.....	103
4.3. Маркетинг инновационного стартапа: поиск потребителя.....	109

4.4. Бренд как идентификатор потребителя и его привилегий.....	122
4.5. Маркетинговое планирование: методические аспекты и практика	128
4.6. Маркетинговая составляющая в кластерной политике региона.....	143
4.7. Особенности применения инструментов малобюджетного маркетинга в современных условиях.....	149
4.8. Практика применения маркетинговых инноваций субъектами рынка жилой недвижимости.....	152
4.9. Пожилые люди как растущий сегмент потребителей.....	157
Глава 5. Маркетинговые решения в области бизнес коммуникаций	161
5.1. Психологические особенности восприятия рекламы.....	161
5.2. Аналитическое обеспечение рекламной кампании: исследовательские проекты и базы данных.....	177
5.3. Основные детерминанты коммуникативной эффективности фирменного знака.....	178
5.4. Влияние PR на имидж банковской сферы.....	189
Глава 6. Особенности маркетинга в цифровой среде.....	195
6.1. Как цифровая среда меняет операционную маркетинговую деятельность.....	195
6.2. Маркетинговые системы коворкинга в интернет среде.....	201
6.3. Развитие корпоративных систем управления потребительским опытом.....	209
6.4. Тенденции развития деятельности специалистов по связям с общественностью в цифровой среде.....	218
6.5. Алгоритм подготовки контента для email маркетинга рассылки: ценностный подход.....	226
Библиография	237

Поршнев Анатолий Георгиевич

Член-корреспондент РАН



Доктор экономических наук, профессор, Заслуженный деятель науки РФ, Лауреат премии правительства РФ, Почетный работник высшего образования России, Почетный строитель России, Почетный работник транспорта России, действительный член академического совета университета, действительный член Академии менеджмента и рынка, действительный член Академии инвестиций и экономического строительства, действительный член Академии экономических наук и предпринимательской деятельности России, член-корреспондент Российской академии естественных наук, ректор ГУУ (1986-2006 гг.), президент ГУУ (2006-2008 гг.), заведующий кафедрой маркетинга ГУУ (1994-2008 гг.).

Введение: к 80-летию члена-корреспондента РАН А.Г. Поршнева

Сегодня, как никогда, для поступательного развития важны верные ориентиры. Особенно это касается высшей школы, стратегии подготовки молодых ученых и специалистов. Государственный университет управления, который возглавлял Анатолий Георгиевич более 20 лет, стал таким ориентиром в области управленческого образования. Его заслуги перед нашим университетом огромны. Под руководством А.Г. Поршнева было завершено формирование отечественной управленческой школы, представленной высококвалифицированными учеными, выдающимися научными результатами, традициями и уникальным механизмом воспроизводства и передачи молодому поколению современных научных знаний об управлении. Собраны уникальные научно-педагогические кадры в области отраслевого и функционального менеджмента, запущено множество новых востребованных учебных программ, созданы новые институты и факультеты, многократно усилились позиции университета за рубежом, завершено формирование мощной материально-технической базы с уникальным для Москвы студенческим кампусом.

Конечно же, это результат работы команды единомышленников. Команды, которую возглавлял и вдохновлял Анатолий Георгиевич. Он объединял на первый взгляд противоречивые, несовместимые, но весьма привлекательные качества, которыми мог бы гордиться любой ученый, любой организатор высшего образования. С одной стороны, это качества просвещенного консерватизма, весьма важные в науке и образовании. Они выражаются в опоре на традиции, в обстоятельности, ответственности, классицизме мэтра. С другой стороны – неиссякаемое стремление к новациям, часто отрицающим известное, привычное. Именно поэтому Анатолий Георгиевич всегда находился в первых рядах новаторов образования. Противоречия всегда были основой для развития, именно они дают новую пищу для ума. Но только Анатолий Георгиевич Поршнева умел разрешать эти противоречия с присущим ему изяществом и пользой для науки и образования. Огромный вклад Анатолия Георгиевича в развитие отечественной школы управления и маркетинга широко известен российской научной и вузовской

общественности.

В этот период появились десятки новых программ, которые в связи с большой востребованностью подхватили многие вузы страны. Маркетинг – это только один пример из этого ряда. О том, как в ГУУ появилась кафедра, а затем и институт маркетинга вспоминает профессор А.М. Зобов (с 1991 по 2006 гг. – проректор Государственного университета управления), успешно занимавшийся развитием послевузовского образования в ГУУ:

«Более 15 лет судьба позволила мне работать под непосредственным руководством А.Г. Поршнева. Фактически в ежедневном формате посчастливилось общаться с ним, набираться «уму-разуму», учиться искусству руководства крупнейшим управленческим вузом России. Наряду с известными всем такими качествами Анатолия Георгиевича как доброжелательность, справедливость, честность, моральная чистота, в это юбилейный год нужно вспомнить и особенно ценить его чувство нового. Сегодня, когда кафедры маркетинга есть, думаю во всех крупных экономических и многих технических университетах, А.Г. Поршнев проявил прозорливость и чисто управленческую мудрость, когда не просто разрешил, а инициировал в конце 80-х годов прошлого века открытие кафедры маркетинга в ГУУ. А в те годы, маркетинг только, только начинал появляться в университетской среде, и как термин, и как учебная дисциплина.

Я помню, как на заседаниях ректората по понедельникам, он постоянно всем внушал необходимость максимального развития маркетингового образования в ГУУ. Удивительно, как младший сын из большой многодетной крестьянской семьи с Поволжья, закончивший обычную сельскую школу, пройдя после окончания нашего университета классический путь в партийном аппарате, сразу понял необходимость обучения студентов в области маркетинга. И организационно поддержал эту подготовку как ректор. Сумел привлечь и помочь вырасти таким ярким и сегодня ведущим в России в области маркетинга личностям – Г.Л. Азоев и А.П. Челенков.

Я думаю, всем очевидно, что именно благодаря ректорской, истинно отеческой заботе А.Г. Поршнева в ГУУ была сформирована не просто кафедра, не просто институт маркетинга, а мощная научная школа в области

маркетинга. Сохраняющая свой высокий авторитет в университетском сообществе нашей страны и сегодня, несмотря на все «турбулентности», в которых оказался сам университет.

А.М. Зобов, профессор, заведующий кафедрой маркетинга Российского университета дружбы народов»

Профессор Н.Б. Филинов (с 1998 по 2006 гг. директор центра международных программ, проректор Государственного университета управления) создавший мощный фундамент международной деятельности ГУУ, пишет:

«Вспоминая А.Г. Поршнев невольно обращаюсь к тому периоду моей жизни и работы, который был связан с международной деятельностью в ГУУ. Надо сказать, что ректор А.Г. Поршнев уделял этому много внимания и усилий. А время было интересное, но непростое. Не хочется говорить штампами про «лихие девяностые», это был период своего рода открытия российскими вузами Европы и Америки для активного академического сотрудничества, но правда и то, что стучались в наши двери, приезжали к нам очень разные люди, иногда искренне заинтересованные в сотрудничестве, а иногда – смотревшие на нас исключительно со своекорыстной точки зрения.

Анатолий Георгиевич не имел опыта работы за рубежом, как у большинства людей его поколения, только школьный иностранный язык ограничивал возможности личной, доверительной коммуникации с партнерами. В этих условиях он, как мне представляется, выработал свои собственные принципы поведения в отношениях с иностранными академическими партнерами, которые, как видно оглядываясь назад, оказались весьма успешными: очень многие проекты, запущенные по инициативе и при непосредственном участии Анатолия Георгиевича, оказались не просто успешными, а долговременными стратегическими направлениями развития университета. В чем же состояли эти принципы?

Во-первых, это, конечно, тот приоритет, который он отдавал развитию международного академического сотрудничества. Значение этого направления работы всегда было для него исключительно высоко. Несмотря ни на что. Даже тогда, когда это было, может быть, не слишком приятно в

лично́м плане. Помню, как он с огорчением говорил мне о том, как британские университеты при поддержке своего посольства в Москве активно выходят на контакты с российскими ректорами, но при этом почти всегда дело сводится к рекрутированию наших студентов для обучения в Соединенном Королевстве. Он это прекрасно видел, по этому поводу переживал, но снова и снова шел на контакты и переговоры.

Во-вторых, это ориентация на персональную химию отношений. Анатолий Георгиевич справедливо полагал, что эффективное сотрудничество обеспечивается не тщательно прописанным соглашением о сотрудничестве, а хорошими, доверительными человеческими отношениями между контрагентами. И он действительно дружил с нашими основными партнерами за рубежом. Они чувствовали теплое человеческое отношение, что они интересны не просто как носители экспертизы или престижных дипломов, а именно как люди, как личности. Помню приезды партнеров в наш университет – это были именно встречи друзей.

В-третьих, это тщательная работа с большим объемом информации. Общась через переводчика, Анатолий Георгиевич прилагал большие усилия к четкому пониманию позиции и идей контрагента, уточнял детали, делал пометки. Помню, какой непростой оказалась для меня поездка с А.Г. Поршневым на конференцию Международной ассоциации университетов в Сан Пауло (Бразилия). Переводчиком ректора был я один – рассчитывать больше не на кого, а заседания длинные и идут одно за одним. Это был, пожалуй, самый сложный переводческий марафон в моей жизни.

Закончу совсем не официальным и, возможно, не слишком значимым. В ходе упомянутой поездки на конференцию Международной ассоциации университетов Анатолий Георгиевич попросил меня организовать поездку в Рио. Скинулись своими суточными и купили билеты на автобус. От Сан Пауло до Рио четыре часа езды. И всю дорогу ректор провел с блокнотом в руках – рисовал. Но не виды за окном. Ректор мечтал о новом зале заседаний для Ученого совета – красивом и торжественном. Тогда речь шла об устройстве такого зала на верхнем этаже в Главном учебном корпусе. Как всегда в жизни – сбылось, но не совсем так в деталях. Зал все-таки появился. И многие

международные проекты, задуманные и запущенные А.Г. Поршневым, живут до сих пор.

Н.Б. Филинов, декан факультета бизнеса и менеджмента Высшей школы экономики».

Давние и крепкие связи с многими зарубежными университетами, созданные при А.Г. Поршневе, и сейчас позволяют ГУУ динамично развивать международные программы. Одним из первых и надежных международных партнеров ГУУ стала Международная федерация управленческих ассоциаций стран Восточной Азии (IFEAMA) и известный японский университет. Профессор С. Като, руководитель департамента «Бизнес Администрейшн» университета Мейдзи (Токио) вспоминает о первой встрече с А.Г. Поршневым:

«I remember the late Prof. Proshnev very well. He was really excellent and kind person, and helped me very much. It is a good idea for you to commemorate his birthday. I will give a couple of sentences in memory of him below. I met with Anatoliy Georgievich for the first time in 1993 in Tokyo, where he was invited to the first conference of International Federation of East Asian Management Associations (IFEAMA). We were very impressed by his gentleman-like manner as well as his remarkable presentation. After the conference we went together to a spa near Mt. Fuji, and enjoyed his amazing song in a Karaoke room. Then I personally asked him to accept me as a visiting research fellow at SUM and received his generous answer.

Prof. and PhD Shizuko KATO, School of Business Administration, Meiji Univeristy»

Время неумолимо отщелкивает секунды, минуты, дни..., уходит старая эпоха и люди ее представляющие. Нет сейчас и Анатолия Георгиевича. Человек уходит тогда, когда уходят люди, помнящие его. У нас в вузе такое время наступит не скоро. Несколько поколений работников и выпускников ГУУ с почтением и большим уважением относятся к Анатолию Георгиевичу и передают свои воспоминания молодому поколению. И происходит это потому, что Поршнева А.Г. – успешный ректор, человек, создавший нечто большее, чем успешный вуз. Заложено основательный фундамент для развития на многие годы вперед. Наша обязанность не растерять это наследие, а, используя его, двигаться дальше, создавая опору для будущего поколения работников и

студентов Государственного университета управления.

Мне, как и многим моим коллегам и друзьям, повезло долгое время работать вместе с Анатолием Георгиевичем, учиться у него не только стратегии и тактике управления, но и тому, как нужно управляя, оставаться чутким и внимательным к коллегам, как помнить об ответственности за тех, кого мы выпускаем.

Последнее вдохновило нас на организацию круглого стола, посвященного наследию А.Г. Поршнева. Результаты круглого стола представлены монографией по проблемам обучения менеджменту и маркетингу, а также по отдельным содержательным проблемам маркетинговых технологий. Настоящую книгу мы посвятили 80-летию Анатолия Георгиевича Поршнева. Это небольшое, но важное для нас подтверждение уважения и признательности мэтру.

Г.Л. Азоев,
директор Института маркетинга,
заведующий кафедрой маркетинга ГУУ