



*Школа маркетинговых исследований
НИУ ВШЭ и ОИРОМ*

ШКОЛА МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ:

что, для кого, кто?



Организаторы: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» и Объединение исследователей рынка и общественного мнения

2020

ШКОЛА МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ: ЧТО, ДЛЯ КОГО, КТО?

ЧТО?

Первая профессиональная программа, созданная практиками бизнеса и ведущими экспертами крупнейших исследовательских компаний России и мира для решения актуальных бизнес-задач.

**Свыше 10 разнообразных
исследовательских курсов с полным
погружением в:**

- поиск инсайтов о потребителях, рынках и медиа;
- аналитику данных;
- методы и современные технологии исследований.

ДЛЯ КОГО?

Для...

- представителей бизнеса, которые заказывают исследования;
- специалистов по маркетингу и коммуникациям – начинающих и опытных;
- студентов старших курсов и выпускников высших учебных заведений;
- преподавателей высших учебных заведений.

ЧТО СЛУШАТЕЛИ ПОЛУЧАТ В РЕЗУЛЬТАТЕ?



- Владение передовым исследовательским инструментарием для решения актуальных задач онлайн- и офлайн-бизнеса
- Понимание того, как работают лучшие мировые и российские методики и технологии для исследования потребителей/продаж/медиаповедения
- Более глубокий уровень экспертных компетенций и карьерные возможности
- Диплом Executive Master's Degree in Market Research от НИУ ВШЭ – при успешном освоении всей программы Школы маркетинговых исследований
- Удостоверение о повышении квалификации установленного образца – при успешном освоении отдельных курсов

КТО?

Наши преподаватели – преподаватели НИУ ВШЭ и ведущие специалисты и руководители таких компаний, как Ferrero, «СТС Медиа», Kantar TNS, GfK, Ipsos, Atelier Market Research, Mania Business Simulations, MarketSense, OMI, Publicis Media, Qualitative Quest, Salt, Tiburon Research, ВЦИОМ, «Медиа-скоп», «РАДАР» и др.

Форма обучения: очно-заочная, вечерняя.

Время занятий: по вечерам в будние дни (как правило, один вечер в неделю), по субботам – в первой половине дня.

Начало занятий: март 2020 года.

Расписание занятий будет объявлено дополнительно по завершении записи!

ПРОГРАММА

Школы маркетинговых исследований на 2020–2021 учебный год

(По состоянию на январь 2020 года; возможны дополнения и изменения)

**Наименование
курса**

**Преподаватели,
должность и организация**

**Путеводитель
по маркетинговым
исследованиям**

Залесский Петр Карлович
Директор по работе с клиентами
Digital Adhoc, GfK Rus

Саакян Виктория Эмильевна
Консультант по маркетингу, частная
практика; опыт в области управления
маркетингом более 10 лет
(Pernod Ricard, Danone, Nestle)

**Фокус-группы в социально-
политических исследованиях:
методики, инструментарий,
анализ**

Даудрих Наталья Ивановна
Главный аналитик, руководитель
практики социального моделирования
и прогнозирования АО «ВЦИОМ»

**Методы и инструменты глу-
бокой аналитики продаж для
управления ценами, ассортимент-
том, эффективностью новых
запусков на базе торговой
(Retail) панели**

Моржова Наталья Викторовна
Заместитель руководителя отдела
исследований промышленных товаров
GfK Rus

**Большие данные
в маркетинговых исследованиях**

Шашкин Александр Владимирович
Генеральный директор
Online Market Intelligence (OMI)

**In-house-исследования:
бизнес-задачи и инструменты**

Шашкин Александр Владимирович

Генеральный директор
Online Market Intelligence (OMI)

Мамян Нелли Сосовна

Генеральный директор
Tiburon Research

**Выгрузка больших данных
и их первичный анализ**

Ротмистров Алексей Николаевич

Доцент факультета социальных наук
НИУ ВШЭ

Жучкова Светлана Васильевна

Магистрантка программы «Финансовые
технологии и анализ данных» факульте-
та компьютерных наук НИУ ВШЭ

**Управление отношениями
с клиентом в бизнесе профес-
сиональных услуг / Профес-
сиональный клиентский сервис
в бизнесе маркетинговых иссле-
дований**

Меринов Павел Павлович

Независимый консультант по внедре-
нию организационных изменений,
оценке и развитию лидерства; стар-
ший консультант Assessment Systems
International, старший консультант DDI
(Development Dimensions International);
руководитель направления «Изменения
и инновации» Business Speech

**Исследование рынков,
эффективности продаж
и маркетинга на базе
потребительской панели**

Самодурова Елена Сергеевна

Руководитель отдела исследований
потребительской панели GfK Rus

Тоноян Ая

Руководитель категорийного
менеджмента и трейд-маркетинга
Ferrero

Кельбах Любовь

Директор направления,
MANIA Business Simulations

**Современные форматы
представления данных**

Зуева Ольга Витальевна

Директор по маркетингу и развитию
бизнеса АО «Танаис»

**Исследование эффективности
маркетинговых коммуникаций**

Мамян Нелли Сосовна

Генеральный директор Tiburon Research

**Инсайты нового поколения.
Качественные методы
исследований для решения
современных бизнес-задач**

Мосичева Елена Яковлевна

Генеральный директор MarketSense

Башкирова Анна Сергеевна

Директор отдела качественных
исследований Ipsos

Макаров Александр Евгеньевич

Генеральный директор
Qualitative Quest

Сидорова Лариса Васильевна

Директор по исследованиям
Atelier Market Research

**Медиаизмерения как
инструмент формирования
валюты рекламного рынка**

Щипков Владимир Иванович

Заместитель генерального директора
АО «Медиаскоп» по исследованиям

Шовырина Оксана Анатольевна

Руководитель управления аналитики
и исследований холдинга «СТС Медиа»

Баранцев Алексей Владимирович

Директор департамента исследований
Publicis Media

**Методы анализа
и интерпретаций
количественных данных**

Шафир Марк Александрович

Генеральный директор
Исследовательской компании «РАДАР»

Методы и инструменты исследований потребителя

Шафир Марк Александрович
Генеральный директор
Исследовательской компании «РАДАР»
.....

Нарыкова Кристина Андреевна
Директор по работе с клиентами
GfK Rus

Маркетинговые исследования в экосистеме бизнес-процессов

Овчинникова Марина
Директор по инновациям Salt,
приглашенный преподаватель
НИУ ВШЭ, Физтеха и Московской
высшей школы социальных
и экономических наук
.....

При участии практиков из разных сфер бизнеса

Возможно:

- выбрать один курс, цена обучения на отдельных курсах от 35 до 45 тыс. рублей за курс (в зависимости от объема учебных часов);
- выбрать несколько курсов или освоить полную программу Школы маркетинговых исследований, включая подготовку и защиту итогового проекта (с вручением диплома Executive Master's Degree in Market Research от НИУ ВШЭ); цена полного цикла по состоянию на январь 2020 года – 495 тыс. рублей.

КОНТАКТЫ

Запись на обучение:

Екатерина Соколова

E-mail: ksokolova@hse.ru

Тел.: +7 (495) 772 9590 *22954

