

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ



Ф.И.О.: Шушкин Михаил

Александрович

Ученая степень: доктор экономических наук

Телефон: +7 929 04 08 575

E-mail: shushkin79@mail.ru

ДОЛЖНОСТИ

НФ ГУ-ВШЭ профессор, заведующий кафедры маркетинга

ОБРАЗОВАНИЕ

- 2010-2013** Нижегородский государственный архитектурно - строительный университет, (г. Н.Новгород), докторантура по специальности «Экономика и управление народным хозяйством – 08.00.05» (защита успешно состоялась 14.06.2013)
- 2001-2004** Нижегородский государственный архитектурно - строительный университет, (г. Н.Новгород), аспирантура по специальности «Экономика и управление народным хозяйством – 08.00.05» (защита успешно состоялась 14.12.2004)
- 1997-2001** Нижегородский Государственный Педагогический Университет, Высшее образование по специальности «технология и предпринимательство»

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ИНТЕРЕСЫ

Стратегическое управление промышленных предприятий
Открытые инновации
Реализация социальной ответственности бизнеса компании
Стратегический маркетинг

ОПЫТ РАБОТЫ

2014 – н.вр. ВШЭ - НИ, кафедра маркетинга – профессор, заведующий кафедрой.

2010-2014. ВШЭ - НИ, кафедра маркетинга - доцент.

2005-2013 ННГАСУ, кафедра менеджмента маркетинга – доцент

2002-2005 ННГАСУ, кафедра менеджмента маркетинга – старший преподаватель

ПРЕПОДАВАЕМЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Магистратура Маркетинг (продвинутый курс)

Магистратура Стратегии в менеджменте: маркетинговые стратегии и развитие бизнеса

НАПРАВЛЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

с 2008 г. Проведение маркетинговых исследований и маркетинговое консультирование, включая:

- ООО «Промсвет» - проведение телемаркетинга – 2011 г., разработка концепции позиционирования бренда «Tacton» – 2010 г.;
- сеть магазинов модной одежды «City Jeans» - проведение маркетинговых исследований (фокус – группы) 2012 – 2015 г.г.;
- разработка стратегии позиционирования бренда «Berkin» (Fashion-индустрия)
- сеть магазинов модной одежды «Label bar» - проведение маркетинговых исследований (таинственный покупатель) 2012 – 2015 г.г.;
- разработка стратегии вывода технологического стартапа (резидент Сколково) на международный рынок 2013 – 2014 г.г.;
- оценка имиджа бренда и рекламной кампании (для автодилера ТП Нижегородец) – 2014 г.;
- маркетинговые исследования перспектив выведения на российский автомобильный рынок нового продукта в сегменте SUV (Sport Utility Vehicle) 2014г.;
- маркетинговые исследования оценки перспективы российского рынка трансмиссий для автомобильной техники классов НCV (Heavy Commercial Vehicle) и BUS 2014г.;
- исследовательский проект «Исследование практики использования имитационных стратегий российскими компаниями» 2014 – 2015 г.г.;
- маркетинговое консультирование проекта по созданию нового типа автомобильной техники, предназначенной для освоения месторождений арктического шельфа. 2015 г.

ОСНОВНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ

1. Шушкин, М. А. Оценка конкурентоспособности предприятий с дивизиональной структурой управления / М. А. Шушкин, М. Н. Забаева // Менеджмент в России и за рубежом. – 2006. – № 1. – С. 58–63. – 0,25 п.л.
2. Шушкин, М. А. Технология стратегического анализа диверсифицированной автомобилестроительной компании / М. А. Шушкин // Автомобильная промышленность. – 2008. – № 8. – С. 1–5. – 0,5 п.л.
3. Шушкин, М. А. Разработка стратегий развития автомобилестроительной компании / М. А. Шушкин // Экономический анализ: теория и практика. – М. : Финансы и кредит, 2009. – № 22 (151). – С. 37–41. – 0,5 п.л.
4. Шушкин, М. А. Формирование стратегии автомобилестроительной фирмы в условиях экономического кризиса / М. А. Шушкин // Автомобильная промышленность. – 2009. – № 5. – С. 1–4. – 0,5 п.л.
5. Шушкин, М. А. «Кайдзен» как инструмент обеспечения конкурентоспособности автомобильной фирмы / М. А. Шушкин // Автомобильная промышленность. – 2009. – № 4. – С. 1–3. – 0,5 п.л.
6. Шушкин, М. А. Инструменты менеджмента обеспечения конкурентоспособности автомобилестроительных компаний / М. А. Шушкин // Вестник Казанского технологического университета. – 2009. – № 6. – С. 285–288. – 0,4 п.л.
7. Шушкин, М. А. Стратегии инноваций автомобилестроительных компаний на основе парадигмы открытых инноваций / М. А. Шушкин // Инновации. – 2010. – № 11 (145). – С. 62–67. – 0,5 п.л.
8. Шушкин, М. А. ФИАТ: опыт использования концепции открытых инноваций / М. А. Шушкин // Автомобильная промышленность. – 2011. – № 11. – С. 37–39. – 0,4 п.л.
9. Шушкин, М. А. Механизмы локализации производства авто-компонентов как стратегическая задача отечественного автопрома / М. А. Шушкин // Автомобильная промышленность. – 2013. – № 1. – С. 1–3. – 0,4 п.л.
10. Шушкин, М. А. Методология и инструментарий развития автопроизводителей на основе стратегий индустриального партнерства (монография) / М. А. Шушкин, Д.Н. Лапаев. - Нижегород. гос. тех. ун-т им. Р.Е. Алексеева. – Нижний Новгород, 2014. - 249 с., 16 п.л.
11. Шушкин, М. А. Формы индустриального партнерства автопроизводителей. Зарубежный и отечественный опыт (статья ВАК) / М. А. Шушкин // Автомобильная промышленность. – 2014. – № 2. – С. 1–4. – 0,5 п.л.
12. Шушкин, М. А. Создание автомобильных инжиниринговых центров в России: путь преодоления технологической зависимости (статья ВАК) / М.А. Шушкин, В.В. Пальцев // Вестник Казанского технологического университета: Изд-во Казан. гос. технол. ун-та, Казань, 2014. Т 17, № 15. – 0,6 п.л., 454 – 461.
13. Шушкин, М. А. Модель реализации стратегий имитации компаниями / М. А. Шушкин, С.В. Александровский // Инновации. – 2015. – № 1 (195). – С. 23–29. – 0,6 п.л.