

**Концепция
базовой кафедры компании ORO Высшей школы бизнеса Национального
исследовательского университета «Высшая школа экономики»**

1. Предпосылки создания

Подготовка современных маркетологов предполагает развитие компетенций в области анализа данных, исследования рынка и планирования развития продуктового портфеля в соответствии с потребностями потребителей. Способности анализировать рынок, анализировать действия конкурентов, проводить исследования, собирать данные о целевой аудитории являются компетенциями современного маркетолога, формирование которых предусматривается на бакалаврских и магистерских образовательных программах по маркетингу по направлению «Менеджмент».

В этой связи перед Высшей школой бизнеса (далее – ВШБ) совместно с бизнес-партнерами, осуществляющими деятельность в области маркетинга, стоит задача внедрения курсов, которые включают развитие ключевых навыков современного маркетолога с учетом понимания специфики рынка и практического опыта компаний. Создание базовой кафедры компании ORO (далее – Базовая кафедра) позволит преодолеть разрыв между требованиями рынка труда к выпускникам и их навыками, обеспечит внедрение практического опыта в процессе обучения и откроет широкие возможности трудоустройства выпускников ВШБ.

Наращивание экспертизы НИУ ВШЭ в области маркетинговых исследований возможно через партнерство с организациями экспертами в данной области, к числу которых относится компания ORO. ORO (АО «Маркетинговый Информационный Центр», зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков № 981016 от 21 декабря 2022 в качестве «ORO») – ведущее агентство маркетинговых исследований, один из лидеров российского исследовательского рынка. Деятельность Базовой кафедры как структурной единицы ВШБ будет направлена на внедрение современных практик в области маркетинговых исследований в образовательный процесс, расширение спектра курсов в бакалавриате и магистратуре в области маркетинговых исследований, расширение научно-прикладной деятельности через разработку учебных кейсов, а также на предоставление более широких возможностей практики и трудоустройства выпускников ВШБ.

2. Состояние предметной области

Маркетинговые исследования как самостоятельная индустрия активно развиваются в России более 30 лет. Так, Маркетинговый Информационный Центр (ORO) был образован в 1989 году. По мере активного роста затрат на рекламу, появления на рынке крупных международных рекламодателей рос и рынок маркетинговых исследований. По оценке профильных ассоциаций, объем рынка маркетинговых исследований в России в 2022 году составил 22 млрд руб. без НДС.

ORO является членом российской профессиональной ассоциации исследовательских компаний ОИПРОМ (Объединение исследователей рынка и общественного мнения), которая объединяет ключевые компании рынка маркетинговых исследований. Она была основана в 2003 году как закрытый клуб крупнейших компаний для обсуждения общих индустриальных проблем и вопросов, а начиная с 2018 года ОИПРОМ взял курс на развитие в качестве полноценной профильной индустриальной ассоциации, уделяя большое

внимание продвижению значения и качества исследовательской деятельности среди клиентов и общества, а также профильному образованию. Так, одним из проектов ОИРОМ является Школа маркетинговых исследований, реализуемая совместно с факультетом социальных наук НИУ ВШЭ (<https://marketresearch.hse.ru/>). Генеральный директор ОРО Евгений Попов в настоящее время занимает должность Исполнительного секретаря ОИРОМ.

3. Обоснование создания

Работая с лидерами рынка практически во всех сферах производства товаров и услуг, ОРО осуществляет качественные и количественные исследовательские проекты, а также консалтинг в следующих предметных областях:

- управление брендом, коммуникациями и медиа;
- клиентский опыт (CX);
- разработка инноваций;
- покупательское поведение.

Исследовательские методологии ОРО созданы международной командой экспертов и валидированы в более чем 50 странах мира. Во всех решениях ОРО заложен принцип глубокого понимания людей и использования инсайтов исследований для роста бизнеса производителей товаров и услуг. Методологический и прикладной опыт ОРО позволит студентам лучше освоить область применения маркетинговых исследований, теорию разработки инструментария и подходы к сбору и анализу информации.

ОРО осуществляет полный цикл работ в области маркетинговых исследований. Основные области экспертизы включают исследования брендов и коммуникаций; исследования в сфере инноваций и создания новых продуктов; исследования удовлетворённости, репутации, качества услуг для разработки клиентских стратегий; исследования покупателей и покупательского поведения. ОРО – одна из первых исследовательских компаний в России, сертифицированных по международному стандарту для компаний индустрии исследований ISO 20252:2012. Помимо стандарта ISO, ОРО придерживается международных стандартов проведения исследований, разработанных профессиональными ассоциациями ESOMAR и ОИРОМ.

Создание Базовой кафедры является логичным шагом расширения сотрудничества НИУ ВШЭ и ОРО. В 2019 году ОРО совместно с академическим руководителем программы «Маркетинг и рыночная аналитика» разработали совместный курс по маркетинговым исследованиям для студентов третьего курса указанной образовательной программы. Курс признавался лучшим по критериям «Полезность курса для Вашей будущей карьеры» и «Полезность курса для расширения кругозора и разностороннего развития» и получает стабильно высокую оценку студентов в рамках студенческой оценки преподавания (2023) – 4,17. Совместно с ОРО планируется реализовать следующие курсы: «Маркетинговые исследования» для 3 курса программы «Маркетинг и рыночная аналитика» и «Современные маркетинговые исследования» для программы магистратуры «Маркетинг: цифровые технологии и маркетинговые коммуникации».

4. Цель создания

Базовая кафедра создается в структуре ВШБ, деятельность которой будет направлена на внедрение бизнес-практик в образовательный процесс, расширение спектра курсов в бакалавриате и магистратуре в области маркетинговых исследований, расширение научно-прикладной деятельности через разработку учебных кейсов, а также на предоставление более широких возможностей практики и трудоустройства выпускников. Разносторонний успешный опыт сотрудничества с ВШБ позволит ОРО уверенно интегрироваться в образовательный процесс и взять на себя дополнительные обязательства по практической

подготовке студентов для работы непосредственно в сфере маркетинговых исследований или в качестве заказчика от бизнеса.

5. Задачи

- разработка и реализация учебных курсов «Маркетинговые исследования» (бакалавриат), «Современные маркетинговые исследования» (магистратура);
- организация практики для студентов, мотивированных на профессиональное развитие в области маркетинговых исследований на базе ОРО;
- руководство курсовыми и выпускными квалификационными работами;
- участие в работе государственной аттестационной комиссии;
- экспертиза при разработке учебных планов образовательных программ бакалавриата и магистратуры по соответствующим профилям и направлениям подготовки;
- разработка и внедрение новых технологий и практик обучения;
- обеспечение ресурсной базы для проведения студентами собственных маркетинговых исследований в рамках решения бизнес-кейсов;
- проведение и развитие научно-исследовательских, экспертно-аналитических работ, с привлечением обучающихся и преподавателей НИУ ВШЭ, а также работников ОРО;
- участие в конференциях, днях открытых дверей ВШБ;
- проведение мастер-классов ведущих специалистов-практиков в области маркетинговых исследований;
- осуществление научно-практической деятельности по подготовке учебных кейсов;
- передача практического опыта проведения маркетинговых исследований для решения конкретных задач бизнеса.

6. Описание образовательной деятельности

Для повышения уровня подготовки в области маркетинговых исследований студентов бакалавриата и магистратуры Базовая кафедра будет реализовывать следующие дисциплины:

1. «Маркетинговые исследования» для 3 курса программы «Маркетинг и рыночная аналитика»: Курс нацелен на получение прикладных знаний и навыков в области маркетинговых исследований, которые будут востребованы как в бизнесе, так и в академической среде. Студенты ознакомятся с такими актуальными аспектами маркетинговых исследований, как формулировка бизнес-задачи, разработка дизайна, использование смешанных методов, построение выборки, анализ данных, а также визуализация и применение результатов на практике.

2. «Современные маркетинговые исследования» для программы магистратуры «Маркетинг: цифровые технологии и маркетинговые коммуникации»: разработка курса начнется в начале 2024 года. Курс будет включать углубленное изучение количественных методов исследования потребителей с фокусом на управление качеством собираемых данных и продвинутые методы анализа.

Образовательная деятельность Базовой кафедры будет осуществляться по следующим направлениям:

- разработка и ведение курсов по маркетинговым исследованиям;
- участие в проектных семинарах и на Ярмарке проектов;
- организация научных семинаров, круглых столов и конференций по профилю деятельности Базовой кафедры;

- разработка методических пособий, необходимых для эффективного освоения материала курсов;
- руководство и участие в защитах ВКР;
- участие в академических советах программ.

7. Описание экспертно-аналитической и исследовательской деятельности

ОРО ведет активную деятельность по разработке новых методологических подходов в области сбора и анализа данных, включая внутренние бизнес-кейсы, где студенты могут практиковать полученные знания и участвовать в создании и совершенствовании экспертного и исследовательского инструментария агентства. Базовая кафедра может предложить студентам комфортную среду для решения реальных бизнес-задач, под руководством опытных специалистов в области исследования рынка. Базовая кафедра должна стать признанным центром распространения новых знаний и лучших практик в области маркетинговых исследований. Одним из проектов в 2023/2024 станет создание учебных кейсов на базе ОРО для использования в рамках учебных занятий.

Обладая обширной сетью деловых контактов, ОРО может приглашать партнеров для проведения открытых гостевых лекций и семинаров, что позволит студентам и профессорско-преподавательскому составу ВШБ дополнить представление о роли маркетинговых исследований в принятии бизнес-решений и составить представление, как инсайты от потребителей работают в различных сферах бизнеса, в том числе проводить совместные исследования и подготовить аналитические доклады.

8. Взаимодействие со структурными подразделениями НИУ ВШЭ, а также сторонними организациями

Базовая кафедра реализует свою деятельность в рамках законодательства РФ и локальных нормативных актов НИУ ВШЭ с учетом вовлечения работников ОРО для осуществления образовательной деятельности в рамках образовательных программ ВШБ. В рамках указанной деятельности руководитель и менеджер Базовой кафедры будет осуществлять коммуникацию со структурными подразделениями и единицами НИУ ВШЭ.

9. Ожидаемые результаты от создания

Выделяются три принципиальных уровня результата, достижению которых будет способствовать создание Базовой кафедры:

- в рамках образовательного процесса – передача студентам бакалавриата и магистратуры актуального практического опыта организации и использования маркетинговых исследований в различных сферах бизнеса;
- высокий уровень подготовки студентов ВШБ в области маркетинговых исследований и расширение возможностей трудоустройства выпускников
- с точки зрения индустрии – рост культуры бизнеса, основанной на информированном развитии предложения товаров и услуг для российского потребителя.

Итогом деятельности Базовой кафедры будет повышение привлекательности ВШБ для абитуриентов, а также укрепление имиджа как ведущего подразделения в области всесторонней подготовки специалистов в области маркетинговых исследований.

10. Финансирование деятельности

Финансирование работы кафедры осуществляется компанией ОРО (АО «МИЦ»).

11. Сведения о руководителе и о кадровом составе

В основу кадрового состава войдут сотрудники ОРО с привлечением менеджера Базовой кафедры из ВШБ.

Планируемая штатная численность Базовой кафедры – 2,0 штатных единиц. Заведующим кафедры предлагается назначить Корнилову Анастасию Александровну – директора департамента по развитию экспертизы и реализации проектов для клиентов ОРО, приглашенного преподавателя департамента маркетинга ВШБ (СОП преподавателя – 4,27). В качестве преподавателей планируется привлечь Лашука Никиту Евгеньевича, директора по разработке и созданию исследовательских продуктов ОРО и Титова Антона Александровича, кандидата физико-математических наук, руководителя направления продвинутого анализа ОРО.

Корнилова А.А. участвовала в разработке курса «Маркетинговые исследования», читает лекции по области применения маркетинговых исследований, разработку инструментария и сторителлинг с помощью данных. В 2022/2023 учебном году сотрудник ОРО Корнилова А.А. проводила занятия по дисциплине «Маркетинговые исследования» в качестве приглашенного преподавателя для студентов третьего курса образовательной программы бакалавриата «Маркетинговые исследования». СОП преподавателя составил 4.27. Также, Корнилова А.А. входит в состав Академического совета программы «Маркетинг и рыночная аналитика».

Общая штатная численность Базовой кафедры – 2,0 штатных единиц.

Преподаватели Базовой кафедры:

– Корнилова Анастасия Александровна, директор департамента по развитию экспертизы и реализации проектов для клиентов;

– Титов Антон Александрович, к.ф.-м.н., возглавляет направление продвинутого анализа данных в ОРО. Участвовал в разработке курса «Маркетинговые исследования», читает лекции по статистическим основам маркетинговых исследований (0,5 ставки);

– Лашук Никита Евгеньевич, директор по разработке и созданию исследовательских продуктов в ОРО (0,5 ставки).

Организационное и методическое сопровождение Базовой кафедры осуществляется менеджером Базовой кафедры (0.5 ставки).

12. Потребности в площадях, оборудовании

Базовая кафедра будет размещаться в НИУ ВШЭ по адресу ул. Шаболовка, д. 26-28.

В учебных целях планируется использовать офис кафедры, который будет служить центром притяжения для студентов и обеспечит доступность преподавателей для консультаций по курсам и практике в ОРО и аудитории ВШБ.