
I МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «МЕЖДУНАРОДНЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ КОМПАНИЙ В ПОСТКРИЗИСНЫХ УСЛОВИЯХ. РАЗВИТЫЕ И РАЗВИВАЮЩИЕСЯ РЫНКИ, СНГ И РОССИЯ»

А.М. Зобов, Е.А. Дегтерёва

Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198

В статье рассказывается об итогах I Международной научно-практической конференции «Международные маркетинговые стратегии компаний в посткризисных условиях. Развитые и развивающиеся рынки, СНГ и Россия», проведенной 9—10 декабря 2010 г. на экономическом факультете Российского университета дружбы народов.

Ключевые слова: международный маркетинг, глобальные стратегии, научные школы.

9—10 декабря 2010 г. в РУДН прошла I Международная научно-практическая конференция «Международные маркетинговые стратегии компаний в посткризисных условиях. Развитые и развивающиеся рынки, СНГ и Россия», организатором которой выступила кафедра маркетинга экономического факультета.

Среди участников конференции — преподаватели и студенты ведущих вузов России, представители российских ведомств, международных компаний, работающих в России, а также российских частных и государственных корпораций, работающих на зарубежных рынках, представители институтов РАН. Свои материалы представили более 80 участников из России, Белоруссии, Украины, Бельгии, Франции, США, Кабо-Верде, Латвии и ряда других стран.

Была проведена пленарная сессия и четыре рабочие сессии в формате круглых столов по следующим темам:

Рынки развитых стран как возможность технологического партнерства для российских компаний

Российский бизнес в странах СНГ. Инновационное сотрудничество

Развивающиеся рынки Азии, Латинской Америки и Африки — новые «старые» партнеры российского бизнеса

Адаптация маркетинговых стратегий международных компаний к российскому рынку.

При всей обширности тематического поля конференции можно выделить два основных его направления: 1) стратегии выхода и продвижения российских компаний на зарубежные рынки; 2) стратегии продвижения международных компаний на российский рынок. Первый день конференции был посвящен преимущественно первому направлению, а 10 декабря обсуждалось второе направление.

9 декабря 2010 г. пленарную часть конференции открыл проректор по научной работе РУДН доктор филос. наук, профессор Нур Серикович Кирабаев. При-

мечательно, что первая часть докладчиков включала представителей как российских, так и зарубежных государственных структур и частных компаний, а вторая часть — экспертов из академической среды.

В частности, в докладе директора Департамента международного сотрудничества ТПП РФ Сергея Владимировича Васильева освещалась роль ТПП РФ в поддержке международной маркетинговой деятельности российских компаний. Советник по экономическим вопросам Посольства Бельгии в России г-жа Марику Анелис рассказала об особенностях выхода европейских компаний на российский рынок и перспективах торгово-экономического сотрудничества Российской Федерации и Европейского Союза. Выступление экс-президента Ассоциации международных фармацевтических производителей в России г-на Роберт Розена, более 17 лет консультирующего международных фармпроизводителей по вопросам выхода на российский рынок, было посвящено особенностям практики бизнеса в России для иностранцев, влиянию стратегических программ «Здравоохранение 2020» и «Фарма 2020» на процесс локализации производства лекарственных препаратов в России, а также перспективам проекта иннограда Сколково.

От академических кругов выступили представители МГИМО (У) МИД России, ГУУ, ГУ—ВШЭ, ИМЭМО РАН, РАНХ при Президенте РФ. В частности, доктор экон. наук, профессор кафедры менеджмента и маркетинга МГИМО (У) МИД России Наталья Юрьевна Кониная проанализировала изменения в международной конкурентной среде в результате кризиса и позиции российских компаний на зарубежных рынках. Директор института маркетинга ГУУ, доктор экон. наук, профессор Геннадий Лазаревич Азоев подробно рассказал о реализуемом его институтом проекте по маркетинговому анализу международных рынков нанотехнологий, наноматериалов и нанопродуктов. Руководитель Центра европейских исследований ИМЭМО РАН, доктор экон. наук, профессор Алексей Владимирович Кузнецов в своем докладе остановился на возможностях отраслевой диверсификации российских прямых инвестиций за рубежом, подчеркнув важность формирования второй и третьей волны российских ТНК (преимущественно из сферы услуг), наращивающих свои зарубежные активы вслед за первой волной (российские сырьевые компании). Кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга ГУ—ВШЭ Ефим Борисович Галицкий рассказал о результатах реализованного им исследования, посвященного потребительским стратегиям российских граждан, дающих полную картину особенностей российского потребления. Пленарная часть завершилась выступлением зав. каф. маркетинга факультета Института менеджмента и маркетинга РАНХ при Президенте РФ, кандидата техн. наук, профессора Алексея Ильича Клебанова, посвященным разработанной им модели маркетинговой деятельности компании, применявшейся в том числе при выработке международной маркетинговой стратегии компании «Моторсич», крупнейшего украинского производителя авиадвигателей. В пленарном заседании также участвовали зам. декана экономического факультета, директор ИМЭБ РУДН кандидат экон. наук, профессор Юрий Никитович Мосейкин, зам. декана эконо-

мического факультета доктор экон. наук, профессор Наталья Анатольевна Волгина, зав. каф. маркетинга РУДН кандидат экон. наук, профессор Александр Михайлович Зобов.

Для участников Международной конференции в фойе главного корпуса РУДН была организована специализированная выставка бизнес-симуляций по международному маркетингу. Были представлены как лидирующие международные информационные продукты (в частности, комплексная бизнес-симуляция *Storewars*, разработанная в бизнес-школе INSEAD, Франция), так и российские — бизнес-курс «Корпорация плюс» («Высшие компьютерные курсы бизнеса» на базе ВМК МГУ), а также программный комплекс «Касатка» (российско-американская разработка).

На секционном заседании рассматривались особенности маркетинговых стратегий российских компаний на зарубежных рынках, в том числе на рынках развитых стран (технологическое партнерство), стран СНГ (инновационное сотрудничество) и на развивающихся рынках (новые «старые» партнеры). В заседании приняли участие представители Министерства экономического развития Российской Федерации — начальник отдела Департамента стран Америки Сергей Рэмович Красильников, ведущий специалист-эксперт Департамента стран Америки Роман Геннадиевич Волков, заместитель начальника отдела Департамента Европы Николай Игоревич Белов. Представители министерства рассказали о мерах государственной поддержки экспорта и продвижения российских компаний на рынки Европы и Америки. В докладах студентов РУДН были затронуты вопросы экспорта продукции отдельных российских компаний на рынки развитых стран, кросс-культурного взаимодействия, участия российских авиаперевозчиков в международных стратегических альянсах, перспектив рынка Кабо-Верде для российских туроператоров и др. В работе секции приняли участие представители кафедры маркетинга РУДН кандидат экон. наук, доцент Екатерина Андреевна Дегтерева и кандидат экон. наук, доцент Диана Олеговна Ямпольская.

10 декабря на втором пленарном заседании чередовались выступления теоретиков и практиков по вопросам локализации глобальных маркетинговых стратегий международных компаний на российском рынке. В частности, ст. преп. кафедры стратегического маркетинга ГУ—ВШЭ Екатерина Валерьевна Бузулукова рассказала об особенностях выхода и продвижения глобальных корпораций на российском рынке. Генеральный управляющий Abbott Diabetes Care Нана Джимшеровна Табидзе остановилась на новом видении маркетинговых принципов на международном фармацевтическом рынке. Кандидат экон. наук, доцент кафедры маркетинга МЭСИ Владимир Викторович Зотов, являющийся также маркетинг-менеджером компании M-I SWACO, рассказал об управлении глобальными нефтесервисными брендами в России. Специалист по торговому маркетингу компании Schwarzkopf&Henkel Ольга Сергеевна Падалкина отметила особенности маркетинговых коммуникаций международных компаний на российском рынке. В работе секции приняли участие представители кафедры мар-

кетинга РУДН с большим опытом практической работы в ведущих российских и международных компаниях — ст. преп. Наталья Владиславовна Кармина и ассистент Валентина Викторовна Калыгина.

В ходе секционного заседания были представлены доклады как по международным потребительским трендам и современным маркетинговым концепциям на российском рынке, так и по отраслевым особенностям маркетинговых стратегий международных игроков в России. В рамках первого направления были рассмотрены социальные медиа как среда для продвижения и развития бизнеса, современные потребительские тренды на зарубежных рынках жилой недвижимости, экологический маркетинг, международный франчайзинг, маркетинг тет-а-тет и др. В рамках второго направления рассматривались маркетинговые стратегии в России международных автомобильных концернов, фармацевтических и FMCG-компаний, туристических операторов, пивоваренных компаний. Ряд докладов был посвящен импортозамещению как стратегии ряда российских игроков, в том числе компании «Абрау-Дюрсо» и ведущих отечественных производителей одежды.

10 декабря 2010 г. для участников Международной конференции также прошел мастер-класс партнера компании FutureToday кандидата экон. наук Дениса Семеновича Каминского на тему: «Как трудоустроиться в отдел маркетинга международной компании».

В целом, проведение конференции позволило преподавателям, аспирантам и студентам РУДН больше узнать о современных тенденциях международного маркетинга, способствовало продвижению РУДН как ведущего экономического вуза в области международного маркетинга, а также аналитического обеспечения деятельности российских государственных структур по вопросам государственной поддержки международной маркетинговой деятельности отечественных компаний.

По итогам работы конференции в начале 2011 г. будет издан сборник статей, которые отражают все многообразие научных и практических аспектов современного международного маркетинга.

Мы выражаем искреннюю признательность всем участникам конференции, нашим друзьям и коллегам из разных городов России и других стран, желаем успехов в их дальнейших научных исследованиях, и ждем встречи на следующих конференциях.

Организацией конференции занимался коллектив сотрудников кафедры маркетинга экономического факультета Российского университета дружбы народов. Председатель оргкомитета — директор ИМЭБ РУДН профессор Юрий Никитович Мосейкин. Члены Оргкомитета: профессор Александр Михайлович Зобов, профессор Вероника Николаевна Холина, доцент Нина Вадимовна Трубникова, доцент Инна Витальевна Андропова, доцент Екатерина Андреевна Дегтерева, доцент Диана Олеговна Ямпольская, ст. преп. Татьяна Николаевна Якубова.

Информация о конференции размещена на сайте экономического факультета РУДН www.econ-rudn.ru, (кафедра маркетинга). Электронная почта оргкомитета: imc2010rudn@gmail.com.

**I INTERNATIONAL CONFERENCE
“INTERNATIONAL MARKETING STRATEGIES OF COMPANIES
IN THE POST-CRISIS WORLD. DEVELOPED & EMERGING
MARKETS, CIS & RUSSIA”**

A.M. Zobov, E.A. Degtereva

Peoples' Friendship University of Russia
Miklukho-Maklaya str., 6, Moscow, Russia, 177198

The article focuses on the results of the I International Research-to-Practice Conference «International Marketing Strategies of Companies in the Post-Crisis World. Developed & Emerging Markets, CIS & Russia», 9—10 December 2010 at the Faculty of Economics, Peoples' Friendship University of Russia.

Key words: International Marketing, Global Strategies, Scientific Schools.