

## ОТЧЕТ\*

о совместном мероприятии научно-педагогических работников, научных сотрудников и обучающихся

### XIV Международная научно-практическая конференция «Маркетинг России»

**1. Полное наименование мероприятия (формат проведения – конгресс, съезд, форум, конференция, симпозиум, круглый стол, семинар, и его тема), дата и место проведения:** XIV Международная научно-практическая конференция «Маркетинг России», 19.03.2026, Финуниверситета, г. Москва

**2. Организатор мероприятия (название структурного подразделения, должность, Ф.И.О., контактный телефон).** Кафедра маркетинга Факультета «Высшая школа управления», заведующий кафедрой, Карпова С.В., +7 (917) 512-54-73.

### **3. Количество и состав участников:**

— общее количество участников – 330 чел.;

в том числе:

- количество иногородних участников (из каких городов России, кроме г. Москвы) – 15 чел (Волгоград, Казань, Мытищи, Подольск, Санкт-Петербург, Уфа);

- количество иностранных участников (из каких стран мира, кроме Российской Федерации) – 20 чел (Азербайджанская Республика; Алжирская Народная Демократическая Республика; Малайзия; Народная Республика Бангладеш; Республика Армения; Республика Беларусь; Республика Бенин; Республика Куба; Республика Сербская, Босния и Герцеговина; Республика Узбекистан; Турецкая Республика);

- общее количество внешних участников (иногородние + иностранцы + представители внешних организаций г. Москвы) – 140 чел;

- количество НПП Финуниверситета, участвующих в мероприятии – 158 чел;

- количество студентов и аспирантов Финуниверситета, участвующих в мероприятии – 70 чел;

- количество докладчиков от Финуниверситета – 110 чел.


### **4. Цель и задачи мероприятия, актуальность темы и основные обсуждаемые вопросы;**

*Цель мероприятия:* развитие инновационных и эффективных отраслевых технологий маркетинга в условиях формирования платформенной экономики.

*Задачи мероприятия:*

❖ внедрение технологий искусственного интеллекта в процессы управления маркетингом;

❖ развитие платформенной экономики;

❖ развитие цифровых технологий в отраслевом маркетинге;

❖ внедрение технологий антикризисного управления при использовании маркетинговых инструментов;

- ❖ выявление современных инструментов маркетинговой аналитики при принятии эффективных управленческих решений;
- ❖ применение и развитие маркетинговых технологий в образовании;
- ❖ внедрение современных инструментов маркетинга в сфере медицинского обслуживания, культуры, спорта, транспорта, связи и социального обеспечения;
- ❖ выявление стратегических и финансово-экономических аспектов развития маркетинга в топливно-энергетическом комплексе;
- ❖ развитие маркетинга территорий и международного маркетинга в условиях новой реальности;
- ❖ поиск креативных решений и прорывных технологий в инновационном маркетинге.

*Тема конференции:* «Развитие инновационных технологий маркетинга в условиях формирования платформенной экономики».

*Актуальность мероприятия:* В условиях интенсивного развития платформенной экономики повышается актуальность исследования инновационных технологий маркетинга, связанных с трансформацией механизмов взаимодействия брендов с потребителями на торговых площадках, адаптацией маркетинговых стратегий к алгоритмам цифровых платформ, внедрением ИИ в маркетинговую деятельность, регулированием отношений между участниками платформенных экосистем.

*Основные обсуждаемые вопросы:* Профильные 8 секций были сформированы по основным направлениям развития маркетинга в России, а именно: цифровому маркетингу, маркетинговым коммуникациям, маркетинговому образованию, маркетингу высокотехнологичной индустрии, маркетингу в социальной сфере, стратегическому маркетингу в топливно-энергетической сфере, электронной коммерции, антикризисному маркетингу.

**5. Организация и проведение мероприятия (кратко – регламент, основные этапы, количество докладов и сообщений с указанием Ф.И.О., должности, структурного подразделения докладчиков и тем докладов).** В рамках конференции проведена пленарная сессия, работало 9 секций, в том числе молодежная, представлено более 270 докладов.

К участникам конференции с приветственным словом обратились декан Факультета «Высшая школа управления» Финансового университета **Кадырова Гульназ Маннуровна**, которая отметила важную роль маркетинга в формировании платформенной экономики, и Президент НП «Гильдия Маркетологов» **Березин Игорь Станиславович**, который обратил внимание на трансформацию маркетингового инструментария под влиянием цифровых платформ.

Особый интерес вызвало пленарное заседание конференции, модератором которого выступила Карпова Светлана Васильевна – заведующий кафедрой маркетинга, директор НИСП «Институт управленческих исследований и консалтинга» Факультета «Высшая школа управления» Финансового университета, член Совета НП «Гильдия Маркетологов».

На пленарном заседании доклады представили: Абаев А.А. – декан факультета маркетинга и рекламы Института социально-экономических наук РГГУ, заведующий кафедрой интегрированных коммуникаций и рекламы РГГУ; Веселов А.А. – заместитель директора Гуманитарно-прикладного института НИУ "МЭИ"; Зуенкова Ю.А. – доцент кафедры маркетинга Финуниверситета, доцент кафедры организации здравоохранения, лекарственного обеспечения, медицинских технологий и гигиены РУДН; Икрамов М.А. – профессор кафедры маркетинга Ташкентского государственного экономического университета (Республика Узбекистан); Коджоян Р.А. – заведующий кафедрой управления и бизнеса Российско-армянского университета (Республика Армения); Панюкова В.В. – заместитель директора Института международной торговли и устойчивого развития МГИМО МИД РФ; Черный В.А. – директор по стратегическим коммуникациям компании Brand Analytics; Дашков Л.П. – генеральный директор издательско-торговой корпорации «Дашков и К».

Профильные 8 секций были сформированы по основным направлениям развития маркетинга в России, а именно: цифровому маркетингу, маркетинговым коммуникациям, маркетинговому образованию, маркетингу высокотехнологичной индустрии, маркетингу в социальной сфере, стратегическому маркетингу в топливно-энергетической сфере, антикризисному маркетингу, электронной коммерции.

Ведущие вузы России, которые осуществляют подготовку специалистов по маркетингу и смежным специальностям, представляли каждую из секций. Впервые в конференции проводилась секция № 8 «Антикризисное управление в маркетинге» (совместно с представителями научной школы Финуниверситета «Антикризисное управление»).

Важное место в конференции заняла молодежная секция «Креативные решения в отраслевом маркетинге», организованная для студентов и аспирантов, в которой приняли участие более 70 обучающихся различных факультетов Финансового университета.

Важное место в конференции заняла молодежная секция «Креативные решения в отраслевом маркетинге», организованная для студентов и аспирантов, в которой приняли участие более 70 обучающихся различных факультетов Финансового университета.

## **6. Итоги работы: резолюция, победители и призеры конкурса докладов и научных работ (с указанием Ф.И.О., тем/названий докладов, факультет, группа), планируется ли издание печатных материалов по итогам работы.**

Прошедшая под эгидой НП «Гильдия Маркетологов» на Факультете «Высшая школа управления» XIV МНПК «Маркетинг России» стала площадкой для обмена мнениями преподавателей, исследователей и специалистов-практиков, представляющих различные отраслевые направления маркетинга, среди которых: цифровые технологии, образование, коммуникации, индустрия высоких технологий, социальная сфера, топливно-энергетический комплекс, сфера международной торговли. Эти исследования позволяют выявить потенциал маркетинга как драйвера формирующейся в России платформенной модели экономики. В данном отношении цель конференции можно считать достигнутой, а поставленные задачи решенными. В резолюции конференции отмечена необходимость дальнейшего расширения круга исследуемых научно-практических аспектов развития отраслевого маркетинга, укрепления сотрудничества и мобильности ученых и представителей бизнеса для решения актуальных задач современного маркетинга в новых экономических реалиях.

В резолюции конференции отмечена необходимость дальнейшего расширения круга исследуемых научно-практических аспектов развития инновационных и эффективных отраслевых технологий маркетинга в условиях формирования платформенной экономики для решения актуальных задач современного маркетинга в новых экономических реалиях.

Участники конференции отметили высокий уровень организации конференции, дружескую и доверительную обстановку научных дискуссий, широту рассматриваемых в рамках конференции вопросов.

В рамках студенческой секции «Креативные решения в отраслевом маркетинге» членами жюри было принято решение о награждении следующих докладчиков дипломами:

- Диплом 1 степени: Стеванович Бояна, Казаков Дамир Сергеевич, группа МК22-5, Факультет «Высшая школа управления», Финуниверситет, научный руководитель – ст. преподаватель Вяткина Н.Ю. Тема доклада: «Оптимизация маркетинговых коммуникаций в медицинских организациях региона: интеграция онлайн- и офлайн-каналов взаимодействия».

- Диплом 2 степени: Стремякова Валерия Анатольевна, Шпичко Варвара Алексеевна, Холошевская Виктория Сергеевна, группа МТиН23-1, Факультет налогов, аудита и бизнесанализа, Финуниверситет, научный руководитель – ст. преподаватель Прохорова И.Г. Тема доклада: «Трансформация стратегического маркетинга в ТЭК: от продуктоцентричности к платформенным экосистемам»

- Диплом 3 степени: Черепанин Федор Андреевич, группа МК22-5, Факультет «Высшая школа управления», Финуниверситет, научный руководитель – доцент Бондаренко М.П. Тема

доклада: «Маркетинг взаимодействия в социальных сетях как фактор формирования репутационного капитала компании».

Всем участникам студенческих секции планируется выдача сертификата участника. Издание печатных материалов по итогам работы конференции не предусмотрено.

**7. Обобщающая оценка мероприятия, его результаты (выводы и, если имеются, предложения по совершенствованию форм научного сотрудничества с другими организациями и учреждениями, возможные направления использования полученных результатов в научной, практической работе, поощрение участников и т.д.).** Участники конференции отметили высокий уровень представленных докладов и дискуссий, что свидетельствует о глубокой проработке основных проблем в рамках заявленной цели мероприятия. Важным результатом стала выработка конкретных предложений по дальнейшему развитию инновационных и эффективных отраслевых технологий маркетинга в условиях формирования платформенной экономики, развитию исследовательских направлений и укреплению научного, педагогического и бизнес сотрудничества всех заинтересованных сторон в развитии маркетинга в России. Мероприятие способствовало установлению новых контактов и созданию предпосылок для совместных проектов. Проведенное мероприятие вызвало живой интерес среди студентов и аспирантов, что подтверждается значительным числом участников, зарегистрировавшихся на него, подготовивших доклады, а также посетивших семинар молодых ученых. Представляется целесообразным продолжить апробацию разработанных положений и расширить спектр научных исследований молодых ученых по тематике креативных технологий маркетинга в различных сферах деятельности.