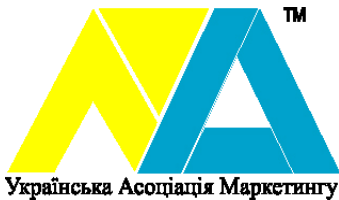


Октябрь 2008

10. 2008

МАРКЕТИНГ ГАЗЕТА



Издание Всеукраинской Общественной Организации
«Украинской Ассоциации Маркетинга»

ПРОГРАМА ДЕВ'ЯТОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ

20-21 листопада

20 листопада

Обратите внимание:

На сайте УАМ размещена утвержденная программа Девятой научно-практической конференции «Маркетинг в Украине»

В этом выпуске:

Всеукраїнська конференція

„Формування регіональної інноваційної системи та практичні аспекти впровадження енергозберігаючих та екологічних технологій”

2

ЕЛЕКТОРАЛЬНІ НАСТРОЇ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ, ЖОВТЕНЬ

4

MarketView©: Экспертная оценка исследовательского рынка

5

ДОЛУЧАЄМОСЯ ДО ФОРМУВАННЯ НОВОЇ ГЕНЕРАЦІЇ ПРОФЕСІОНА-

6

Киевский EVENT сезон '08. Событие сезона для ивенторов.

7

Нотатки з видання ESOMAR Marketing Research Explained

10

Пленарне засідання (Конференц-зал Центру Магістерської підготовки КНЕУ)	
10.00-10.15	Вітальне слово академіка Анатолія Павленка, ректора КНЕУ, президента Української Асоціації Маркетингу
10.15-10.30	Артур Герасимов, генеральний директор групи компаній «Українська маркетингова група» Передові цінові дослідження - приклад з практики.
10.30-10.50	Андрій Длігач, генеральний директор групи компаній Advanter Group. Стратегічний маркетинг в умовах глобалізації.
10.50-11.20	Анастасія Коломоєць, керівник дослідницьких проєктів Research&Brending Group Соціальні мережі як можливість проведення маркетингових досліджень on-line
11.20-11.45	Олена Житник, маркетинг директор InMind «MarketView: нові горизонти маркетингових досліджень. Підсумки 4-ї хвили»
11.45-12.00	Дискусія
12.00-12.20 Кава-пауза	
Секція: Кращі практики маркетингових технологій в Україні	
Секція: Маркетингові дослідження (ауд. 14)	
Секція: Логістика (ауд. 12)	
14.00-16.00 Ауд. 13 Засідання «круглого столу» з керівниками відділів кількісних досліджень: «Статистика для маркетологов: утверждение квалификационных требований». МОДЕРАТОРИ: проф. Сергій Солнцев і проф. Віктор Заруба. В рамках засідання запланована презентація проєкту Світового банку, яку проведуть учасники проєкту: голова правління компанії «Статінформконсалтинг» Володимир Шелекета і заступник менеджера проєкту і керівник адміністративної групи Марина Сидоренко: "Проєкт розвитку системи державної статистики для моніторингу соціально-економічних перетворень".	

Наші проекти



Українська Асоціація Маркетингу

Українська Асоціація Маркетингу

Рівненська обласна організація

вул. Петлюри, 17, 33000, Рівне,

Україна, тел. 380 362 26 27 38

www.uamconsult.com

Координатор проектів ОБСЄ в Україні,

вул. Стрілецька, 16, 01034, Київ

<http://oscepcu.org>**Всеукраїнська конференція****„Формування регіональної інноваційної системи та практичні аспекти впровадження енергозберігаючих та екологічних технологій”**

м. Рівне, 9-11 жовтня 2008 року

Конференція відбувалася за підтримки Координатора проектів ОБСЄ в Україні

В конференції взяв участь радник Координатора проектів ОБСЄ в Україні п. Ярослав Юрцаба

Мета проведення конференції :

узагальнення основних підходів щодо реалізації інноваційної політики на регіональному рівні;
презентація результатів діяльності формування регіональної інноваційної системи в Рівненській області протягом 2006-2008 років;

уточнення основних пріоритетів та практичних заходів реалізації програми науково-технічного та інноваційного розвитку Рівненської області на 2008 – 2010 роки;

обмін досвідом щодо впровадження енергозберігаючих та екологічних технологій в різних регіонах України.

Організатори :

Всеукраїнська громадська організація „Українська Асоціація Маркетингу”;

Рівненська обласна державна адміністрація;

Захід проводиться за організаційної та фінансової підтримки Координатора проектів ОБСЄ в Україні та головного управління економіки та інвестиційної політики Рівненської ОДА

Організаційне забезпечення конференції здійснюється РОО ВГО „Українська Асоціація Маркетингу”

З виступів учасників конференції:

Олександр Гладунов, директор Всеукраїнської громадської організації „Українська Асоціація Маркетингу”.

Досвід формування регіональної інноваційної системи та практичні аспекти впровадження енергозберігаючих та екологічних технологій у Рівненській області”.

Проведення Всеукраїнської конференції

„Формування регіональної інноваційної системи та практичні аспекти впровадження енергозберігаючих та екологічних технологій” має на меті підсумувати трьохрічний досвід створення та функціонування у Рівненській області інноваційного кластеру

„Впровадження” та реалізації проектів, фінансованих координатором проектів ОБСЄ в Україні та реалізованих РОО ВГО „Українська Асоціація Маркетингу”

Організаційне забезпечення діяльності кластеру „Впровадження” здійснювала Рівненська обласна організація Всеукраїнської громадської організації

„Українська Асоціація Маркетингу” за рахунок коштів, наданих координатором проектів ОБСЄ в Україні та за часткового фінансування управління економіки та інвестиційної політики Рівненської обласної державної адміністрації.

Варто підкреслити важливість та результативність цільової фінансової допомоги, наданої ОБСЄ для забезпечення розвитку інноваційної інфраструктури в області.

На даний час членами кластеру є понад 15 підприємств та організацій, серед них фірма «МІСТІМ» (м. Рівне, розробка та впровадження домішок для будівельних сумішей), група компаній „Ленд Вест компані” (с. Біла Криниця, Рівненська обл., впровадження органічного та високоточного землеробства), ПП „ПРОМЕКО” (м. Рівне, впровадження технологій енергозбереження), бізнес-центр Національного університету водного господарства та природокористування (м. Рівне), приватне науково-виробниче підприємство «Фантомаш» (м. Сарни, впровадження технологій переробки відходів), ТзОВ „ОСТВА” (м. Рівне, впровадження технологій воодочистки), Рівненський будинок вчених та інші.

Протягом 2006-2008 років діяльність кластеру була спрямована для досягнення результату за наступними напрямками : дослідження різних аспектів інноваційної діяльності, розробка рекомендацій для органів державної влади, формулювання та апробація методик та моделей сприяння інноваційній діяльності, надання консультацій суб'єктам підприємницької діяльності у галузі маркетингу, бізнес-планування та інвестиційного менеджменту. Зокрема, РОО ВГО „Українська Асоціація Маркетингу” провела понад 20 тренінгів та семінарів з інноваційного менеджменту та маркетингу інновацій, виконала ряд досліджень інноваційної складової регіональної економіки та розробила рекомендації щодо комплексної підтримки інноваційної діяльності в області.

За рахунок коштів, наданих ОБСЄ, протягом 2007-2008 років профінансовано два інноваційних проекти - „Розробка технологічної лінії по виробництву синтетичних енергоносіїв з відпрацьованих автомобільних шин методом технологічної деструкції” (ПНВП „Фантомаш”, м. Сарни) та „Виготовлення дослідно-промислового зразка генератора-дозатора активного срібла „Герадот АС-05” (ТзОВ „Оства”, м. Рівне)

Наші проекти

У 2008 році розроблено та втілено алгоритм підтримки регіонального інноваційного проекту на прикладі програми „Екодім-Геліотерм”. В узагальненому вигляді модель впровадження та комерціалізації інноваційного проекту „Екодім-Геліотерм” виглядає наступним чином:

У 2007 році на одному з круглих столів, що проводився РОО ВГО УАМ за сприяння ОБСЄ була висунута ідея впровадження технологій енергоощадного та екологічного будівництва у Рівненській області.

На засіданнях членів кластеру впровадження була сформульована загальна концепція програми „Екодім-Геліотерм”.

РОО ВГО УАМ здійснило популяризацію цього проекту засобами зв'язків з громадськістю.

На підставі пропозицій РОО ВГО УАМ управління економіки Рівненської ОДА внесло в проект заходів, що фінансується з бюджету у 2008 році програму „Екодім-Геліотерм”.

У 2008 році РОО ВГО УАМ провело збір науково-технічної інформації з питань енергоощадного, екологічного будівництва, експерти здійснили уточнення концепції на підставі зібраних даних.

За рахунок фінансування ОБСЄ РОО ВГО УАМ провела, у 2008 році, конкурс науково-технічних розробок серед рівненських науковців та практиків з метою залучення регіональних інтелектуальних ресурсів до реалізації проекту.

На підставі поданих на конкурс заявок експертами сформульована остаточна концепція проекту, яка включає в себе найкращі оприлюднені інженерні рішення світового рівня, а також – пропозиції місцевих інноваторів.

За пропозицією РОО ВГО УАМ Рівненська облдержадміністрація рекомендувала до впровадження концепцію „Екодім-Геліотерм” при проектуванні споруди соціального призначення, що будується за бюджетні кошти.

Комісія у складі експертів кластеру „Впровадження” та фахівців облдержадміністрації з ряду об'єктів соціальної сфери визначила конкретний модельний об'єкт – типовий фельдшерсько-акушерський пункт. Це рішення підтримало обласне управління охорони здоров'я.

Один з членів кластеру, на конкурсній основі, отримав фінансування з обласного бюджету для розробки проектно-конструкторської документації для модельного об'єкту.

Важливим результатом діяльності кластеру стало формування механізму прямого фінансування інноваційної та наукової діяльності з обласного бюджету. У 2008 році створена та функціонує координаційна рада з питань науково-технічного розвитку при облдержадміністрації. Радою розроблене та затверджене положення про порядок фінансування наукових розробок з обласного бюджету. Протягом 2008 року координаційна рада розглянула ряд конкурсних заявок на фінансування наукових розробок, вісім з яких стали переможцями конкурсу і отримали фінансування з обласного

бюджету на загальну суму 295 тис.грн.

Координатор проектів ОБСЄ в Україні, Посол Любомир Копай :

Координатор проектів ОБСЄ в Україні у своїй діяльності керується Меморандумом про взаєморозуміння між Урядом України та ОБСЄ щодо форми співробітництва в сфері демократичного управління.

Діяльність Координатора проектів ОБСЄ в Україні концентрується на таких напрямках: демократичні перетворення та розбудова громадянського суспільства, економічний розвиток та сфера охорони довкілля, військово-політична сфера. Ключовим елементом діяльності організації є забезпечення безпеки в процесі демократичних перетворень.

У напрямку демократичних перетворень діяльність організації сприяє консолідації демократичних інституцій задля розвитку практик демократичного управління та забезпечення ширшої участі громадськості у процесах прийняття рішень щодо розробки державної політики.

Верховенство права та права людини є одним із напрямків роботи Координатора а проектів ОБСЄ в Україні, який спрямований на подальшу демократизацію стосунків громадянин - держава, підвищення ефективності системи захисту прав людини, забезпечення верховенства права в законотворчій діяльності та судовій практиці та протидії торгівлі людьми в Україні.

Координатор проектів ОБСЄ в Україні прагне також стимулювати економічний розвиток в країні та створити умови для сталого розвитку, покращити регулятивно-правове середовище для розвитку підприємництва, забезпечити екологічну безпеку та раціональне використання природних ресурсів. Координатор виходить з того, що економічне зростання та зниження соціальної напруги в суспільстві є запорукою забезпечення безпеки та ефективної інтеграції країни у світовий простір.

Радник Координатора проектів ОБСЄ в Україні п. Ярослав Юрцаба

ОБСЄ розглядає Українську Асоціацію Маркетингу та Рівненську обласну організацію УАМ як давнього партнера, що довів свою ефективність та результативність втіленими проектами. ЮБСЄ в Україні працює в режимі партнерства, тобто, не нав'язуючи свої моделі, а відгукуємося на потреби і запити українського суспільства. Тому регіональні партнери, такі як РОО ВГО УАМ, які визначають проблеми, розробляють пропозиції щодо їх втілення і реалізують проекти, сприяють втіленню принципів засад діяльності ОБСЄ. Будь-ласка, звертайтеся до нас з пропозиціями.

Наша адреса в Україні: вул. Стрілецька, 16, 01034, Київ, тел. + 380 44 492 03 82, <http://oscepcu.org>

Новости наших членов


КИЇВСЬКИЙ МІЖНАРОДНИЙ ІНСТИТУТ СОЦІОЛОГІЇ
KIEV INTERNATIONAL INSTITUTE OF SOCIOLOGY

ЕЛЕКТОРАЛЬНІ НАСТРОЇ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ, ЖОВТЕНЬ 2008

Протягом 11-20 жовтня 2008 року Київський міжнародний інститут соціології (КМІС) провів всеукраїнське опитування громадської думки. Методом інтерв'ю опитано 2034 респонденти, що мешкають в усіх областях України, у Криму та у Києві за стохастичною вибіркою, репрезентативною для населення України віком від 18 років.

Статистична похибка вибірки (з ймовірністю 0.95 і за дизайн-ефекту 1.5) не перевищує 3.3% для показників близьких до 50%, 2,8% - для показників близьких до 25%, 2,0% - для показників близьких до 10%, 1,4% - для показників близьких до 5%.

Якби вибори до Верховної Ради відбулися у другий половині жовтня цього року:

у голосуванні найімовірніше взяли б участь приблизно 50% виборців, а отримати достатню кількість голосів для входження до парламенту могли б такі партії і блоки:

Партія регіонів – 35,8% ± 3,1% поданих голосів,

Блок Юлії Тимошенко – 30,2% ± 3,0% поданих голосів,

Комуністична партія – 9,4% ± 1,9% поданих голосів,
Блок Володимира Литвина – 4,8% ± 1,4% поданих голосів,

Блок Арсенія Яценюка – 4,7% ± 1,4% поданих голосів,
Блок “Наша Україна” – 3,7% ± 1,2% поданих голосів.
Якби у другий половині жовтня цього року відбулися президентські вибори,

у голосуванні першого туру найімовірніше взяли б участь близько 56% виборців, а пройти до другого туру могли б Віктор Янукович та Юлія Тимошенко, отримавши, відповідно, 33,6% ± 3,1% та 30,2% ± 3,0% поданих голосів;

у голосуванні другого туру найімовірніше взяли б участь близько 53% виборців, а Віктор Янукович та Юлія Тимошенко могли б отримати, відповідно, 49,7% ± 3,3% та 47,3% ± 3,2% поданих голосів.

(Похибки наведені з урахуванням дизайн-ефекту.)

www.kiis.com.ua



IV-й ИНТЕРАКТИВНЫЙ ОНЛАЙН-СЕМИНАР

Эффективный интернет-маркетинг для бизнеса

Бесплатные онлайн-семинары по интернет-маркетингу от SEO-Study.ru и SEOnews.ru

Проект SEO-Study.ru, совместно с интернет-изданием о поисковом маркетинге SEOnews.ru проводят бесплатные интерактивные онлайн-видео семинары по интернет-маркетингу.

Тема ближайшего онлайн-семинара, который состоится 7 ноября 2008 года – «Эффективный интернет-маркетинг для бизнеса». Особенность нашего мероприятия – мы приглашаем в качестве докладчиков именно практикующих специалистов отрасли, которые смогут сделать из презентации инструкцию к действию.

Все, что нужно слушателям – зайти в виртуальный конференц-зал, где они будут смотреть презентации и слушать докладчиков.

Участие в семинаре бесплатное

Оставить заявку на участие в семинаре можно на сайте <http://www.onlinesem.ru>

На объявленный семинар 7 ноября запланирована программа:

Консалтинг и услуги на стороне или создание собственного отдела. Как правильно выбрать SEO/SEM компанию и как с ней работать. Анализ эффективности продвижения. Инструменты и методы
 Александр Чупрун, руководитель по международным связям Seo-Study.ru

Продвижение рекламной кампании: имиджевая, продающая реклама; определение целевой аудитории; мониторинг эффективности.

Полина Охотина, менеджер проектов компании AdLabs
 Особенности рекламных кампаний контекстной рекламы в Украине

Анна Прокофьева, менеджер по контекстной рекламе интернет-компаний META (Украина)

Подробную информацию о предстоящем 4-м интерактивном онлайн-семинаре вы можете найти на сайтах SeoNews.ru и на сайте Seo-Study.ru.

Новости наших членов



MarketView©: Экспертная оценка исследовательского рынка

MarketView – проект, посвященный анализу статуса и перспектив исследовательской отрасли в Украине. С 2005 года Проект проводится исследовательской компанией InMind при поддержке Украинской Ассоциации Маркетинга.

В 2008 году было реализовано одновременно 2 модуля исследования. Основной модуль был реализован в формате экспертного опроса специалистов в области маркетинга и маркетинговых исследований ведущих национальных и международных компаний в Киеве и городах-миллионниках. Дополнительный модуль проходил в форме репрезентативного опроса топ-менеджмента предприятий численностью свыше 5 сотрудников, работающих в областных центрах Украины.

Результаты экспертного исследования, в рамках которого было опрошено 500 экспертов, позволили получить целостную картину состояния отрасли, а также оценки актуальности различных видов исследований и исследовательских методов.

В целом важность маркетинговых исследований отметили 83% опрошенных экспертов (топ 3 значений по 7 бальной шкале), при этом важными и крайне важными для деятельности компании исследования назвали 62% (топ 2 значений по 7 бальной шкале), что несколько выше по сравнению с показателями 2006 года (57%). Однако при достаточно высокой оценке значимости исследований, 79% экспертов дают среднюю оценку уровню развития исследовательского рынка в Украине.

Подавляющее большинство ведущих компаний, работающих в Украине, выделяют средства на проведение исследований. При этом большая часть экспертов (57%) прогнозируют в следующем году увеличение потребности в маркетинговых исследованиях, 40% ожидают сохранения ее на текущем уровне.

На сегодняшний день среди проводимых компаниями исследовательских проектов наиболее актуальными являются исследования, связанные с изучением рынка (доля рынка и прогноз, сегментация), и исследования целевой аудитории (анализ удовлетворенности, U&A). Среди других, проводимых компаниями исследований, - аудиты розницы, оценка эффективности рекламных кампаний: их важность отмечают до 40% опрошенных. Наибольший вес при оценке качества проведенного исследования имеет предоставляемая агентством аналитика (эффективные рекомендации, отчетность), несколько меньшую роль эксперты отводят качеству полевого этапа и возможности контроля результатов. Фактически это свидетельствует не о снижении важности таких составляющих исследования, как полевой этап и контроль, а о том, что эти характеристики

становятся неотъемлемыми свойствами исследований, в то время как аналитика позволяет судить собственноручно о качестве проведенного исследования и его возможности предоставить информацию для принятия бизнес-решений.

Сравнение с результатами предыдущих волн показывает рост осведомленности рынка о деятельности профессиональных объединений. Так, среди опрошенных экспертов о деятельности Украинской Ассоциации Маркетинга осведомлено 72% опрошенных, также более половины (54%) знают о международном профессиональном исследовательском сообществе ESOMAR. Наиболее известными видами активности УАМ, по мнению экспертов, являются проведение конференций и семинаров, выпуск специализированных изданий, а также тренинги. Основными аспектами работы ESOMAR эксперты называют контроль над соблюдением норм и принципов деятельности отрасли, а также проведение конференций. Основными источниками знания о деятельности ассоциаций являются, прежде всего, специализированные сайты и издания, а также коллеги по работе.

На сегодняшний день наиболее сильным барьером развития отрасли является непонимание роли и важности маркетинговых исследований, что отметил 31% опрошенных. Преодоление его ставит перед отраслью задачу поиска решений, направленных на представление более убедительных примеров успешного применения результатов исследований в бизнес-практике различных компаний. Среди других отмеченных барьеров – неудовлетворенность провайдером (19%), отсутствие или нехватка средств (15%). При этом высокая стоимость услуг исследовательских компаний выделили как барьер лишь 5% опрошенных.

Основные ожидания экспертов от развития исследовательской отрасли в Украине заключаются в повышении их роли в стратегии работы компаний. Так, свыше половины опрошенных ожидают роста значимости исследований в стратегическом планировании и в разработке стратегии работы с потребителем. Вторая тенденция, отмеченная 43% опрошенных – более глубокое понимание исследователями бизнеса клиентов и усиление партнерства между исследовательскими компаниями и их клиентами. В более длительной временной перспективе, по мнению экспертов, усилится специализация между исследователями и консультантами, а также возрастет роль Интернет в проведении исследований.

Новости наших членов

Визначені переможці щорічного конкурсу на здобуття студентських стипендій ім. Ігоря Ткаченка – одного із засновників сучасної PR- та рекламної галузей в Україні

Національний університет “Києво-Могилянська академія” та засновники Стипендійного фонду ім. Ігоря Ткаченка визначили переможців щорічного конкурсу на здобуття студентських стипендій ім. Ігоря Ткаченка – одного із засновників сучасної PR- та рекламної галузей в Україні. Переможцями стали: в галузі PR - Надія Стечишина, студентка 3-го курсу факультету економічних наук спеціальності “Економічна теорія”; в галузі соціології - Ірина Бовгиря, студентка 1-го року магістерської програми “Соціологія”, які продемонстрували найвищий рівень теоретичних знань і практичних навичок в галузі PR і соціології.

Засідання конкурсної комісії, визначення та урочисте нагородження переможців конкурсу відбулось 30 вересня в офісі компанії TNS Ukraine – провідного партнера НАУКМА у проведенні щорічного конкурсу. Під час церемонії члени журі відзначили загальний високий рівень підготовки студентів-аплікантів конкурсу в галузі PR і соціології, практичний професійний досвід, інноваційний характер вирішення проблем, успішну суспільно-громадську діяльність студентів.

Стипендійний фонд ім. Ігоря Ткаченка був заснований в НАУКМА у 2006 році. Кампанія збору коштів фонду відбувалася в рамках проведення ювілейної виставки REX в пам'ять про Ігоря Ткаченка – великого професіонала, колегу, партнера, друга, близької людини. Фонд впроваджено з метою виявлення та підтримки талановитої молоді та надання щорічних стипендій в галузі PR для студентів НАУКМА. Ініціатором заснування фонду та його співзасновником виступила компанія «Євроіндекс», засновниками фонду є Сергій Ткаченко, Bounty SCA Ukraine, Dialla Communications, MacHOUSE, OS-Direct, “Євросувенір”, “Український медіа холдинг”, Академія Реклами, Володимир Хливнюк, рекламна агенція “Марсмедіа”.

З 2008 року провідним партнером Стипендійного фонду ім. Ігоря Ткаченка виступає компанія TNS Ukraine, експерт в галузі соціологічних та маркетингових досліджень, одним із засновників якої був Ігор Ткаченко. У 2008 році умовами конкурсу передбачені дві стипендії – в галузі PR і соціології.

www.tns-global.com.ua

Європейський освітній портал

Шановні колеги!

дозвольте презентувати Вам новий інформаційно-аналітичний ресурс „Європейський освітній портал” (www.eu-edu.org)

Європейський освітній портал - це інформаційно-аналітичний веб-ресурс, присвячений інтеграції України до європейського освітнього простору.

Веб-сайт містить практичну інформацію для:

- студентів**, що бажають навчатися в Європі;
- науковців**, що прагнуть стажуватися в країнах ЄС;
- керівників освітніх інституцій**, що поступово долучаються до Болонської системи чи прагнуть отримати фінансову підтримку своїх освітніх ініціатив;
- урядовців та громадських активістів**, дотичних до питань освітньої сфери.

Проект здійснює Центр міжкультурної комунікації Києво-Могилянської академії та громадська організація "Молодіжний гуманітарний центр" за підтримки **Міжнародного фонду "Відродження" та Національного університету "Києво-Могилянська академія"**

Нині портал містить такі рубрики:

Освіта і наука в Європі

- **Освітні програми Європейської Комісії**
- **Освітні програми європейських країн**
- **Навчання в Європі** - як знайти потрібний університет чи потрібну програму в європейських країнах
- **Дослідницьке життя в Європі** - огляд основних інформаційних ресурсів щодо підтримки дослідницьких проектів
- **Принципи європейської освітньої політики**

Європейська освіта: аналітика

Болонський процес

• **Що таке Болонський процес**

• **Історія**

• **Основні інструменти**

• **Головні документи**

• **Глосарій**

PhD програми і докторські школи в Європі

Українська освіта: європейський вектор

• **Україна в Болонському процесі**

• **Україна в Європейських освітніх програмах**

Принципи європейської освітньої політики в Україні

Портал містить регулярну стрічку новин про європейську освіту та інтеграцію України до Європейського простору вищої освіти.

Він також надає можливість безкоштовно **зарєєструватися для отримання регулярних новин**

Якщо Ви не бажаєте отримувати цю інформацію, надішліть порожній лист із темою unsubscribe на адресу ogartet@gmail.com

Керівник проекту – Володимир Єрмоленко, магістр Європейських студій (Центрально-європейський університет, Будапешт), докторант Школи вищих досліджень з соціальних наук (Париж)

Головний редактор сайту – Тетяна Огаркова, доктор літературознавства (університет Париж-12 – Валь де Марн, Франція), директор Центру міжкультурної комунікації НАУКМА

Новости наших партнеров

Киевский EVENT сезон '08. Событие сезона для ивенторов.

Яркие краски, свет и звук, фейерверки и шаррики, песни и пляски, удивительные костюмы промоутеров и даже самих экспонентов, мишки-великаны...

Такой встретила своих гостей 24-26 октября в выставочном центре пушкинского парка специализированная выставка по организации мероприятий от А до Я – Киевский EVENT сезон 2008.

Сегодня не удивляет, что продать товар или услугу – только 50 % успеха предпринимателя. Главное – это удержать клиента, сформировать его лояльное отношение к компании, быть для него не подрядчиком, а партнером.

Специальные события в арсенале маркетолога – одно из средств для решения этой проблемы. Люди запоминают 100% того, что вызвало у них живой интерес и эмоциональную вовлеченность. Именно поэтому "организация событий" входит в тройку наиболее актуальных инструментов маркетинга, ведь ивент позволяет выделиться среди многоголосого рекламного шума конкурентов, пробить защитную броню потребителя, которого атакуют тысячи рекламных посланий в день, и у которого выработывается на них стойкий иммунитет.

Как организовать событие так, чтобы оно вызвало сильные эмоции и реально способствовало успеху бренда? Как это на практике делают ведущие компании, профессионалы? Об этом и обо всем, что входит в понятие «ивент» рассказала выставка «Киевский EVENT сезон».

Основой создания проекта Киевский EVENT сезон 2008 стала специализированная выставка «Kiev-Presentation-Show», которая стартовала в 2005 году на заре развития ивент-маркетинга в Украине. Новая выставка показала интерес к этому событию специалистов и руководителей предприятий и фирм, как работающих в сфере ивента, так и пользующихся его услугами. Так что актуальность темы сделает Киевский EVENT сезон заметным событием отрасли.

Выставка проходила при поддержке таких авторитетных в мире ивента организаций, как Международная Ассоциация маркетинговых инициатив МАМИ, Ассоциация ивенторов Украины, Украинская Ассоциация Маркетинга, Всеукраинская рекламная коалиция, Маркетинг Клуб MarketingJazzz, Ассоциация Корпоративных Медиа Украины, Ассоциация Делового Туризма Украины.

Цель выставки – не только наиболее полно отразить качественный состав ивент – рынка, презентовать полный цикл услуг по подготовке мероприятий как делового, так и развлекательного характера от Идеи до ее Воплощения, но и содействовать развитию событийного маркетинга в Украине.

Экспоненты выставки презентовали следующие категории ивента: организаторы мероприятий (творческая мастерская «Город праздника», креативное агентство «Afrodiziak», ивент-агентство «Zontik», «Events2Remember Ukraine», «L&T-Event», ивент-союз «Солнечный круг», агентство событий «Барабан», PR-компания «Вавилон», отдел корпоративных мероприятий консалтинговой группы «Живое дело», лаборатория событий «ИвентЛаб», «Гештальт Консалтинг Групп», «Спортивные и культурные инициативы (СКИ)»); гастрольные агентства и продюсерские компании («Roddom GIG agency», «Unity Music Agency», «Интер-Классик»); свет и звук, сценические конструкции, мультимедийное оборудование, проекционная реклама (звукотехническая компания «SoundMaster», «ДС», творческая мастерская «Оригинальный свет», «Урбан», «Бита Мюзик», «ТuaТехникс», «G&B Frame», «ЕКТА», «ЭкранХолм», «PProfi»); развлекательные услуги (мобильное казино «Козырный туз», Рыцарский клуб «Святогор», пейнтбольный клуб «Гепард»); тенты («Плеттак»); пиротехника и огненное шоу («Шериф», огненное, световое и пиротехническое шоу «К.О.Т.»); кейтеринг («Столица-сервис», «Кулинарный дом», «Ройал Кейтеринг сервис»); деловой туризм (тревел центр «Трайм», «Динандис»);

Новости наших членов

ледяные скульптуры («АйсШок»); декорирование и воздушные шары («FlorDekor», «Мир шаров», «Аэромир»); площадки (сеть отелей «7 дней», «Central», концерт-холл «FreeДом», отель «Атлантик»); фотостудии («FotoFly»); отраслевые мероприятия (всеукраинский ежегодный фестиваль «Eventаризация»).

Деловая программа выставки была насыщена яркими мероприятиями, среди которых конференция «Событийный маркетинг: эффективные решения трудных задач» от Агентства профессиональных мероприятий SpeakUp. На конференции выступили креативные и неординарные личности - представители ведущих компаний Украины: Дмитрий Юринов и Андрей Лосев (KARS Event Studio), Глеб Тимошенко и Игорь Диденко («Два Товарища»), Алексей Осадчук (Talan Proximity Ukraine), Игорь Кретов (Brand's Friends Advertising Group), Сергей Слупский (SUN Event), Татьяна Попова и Виктория Руденок (MEX), Юлия Рабин (КиевЭкспоПлаза), Сергей Косенко (компания «Event.ua»). Отличительной особенностью данной конференции являлось то, что в ней не было теории, а только практика, построенная на реальных примерах. Участники мероприятия продемонстрировали оригинальные варианты выхода из, казалось бы, безвыходных ситуаций, предложили инновационные решения трудных задач, возникающих в ходе проектов.

Украсили выставку мастер-классы гурӯ ивент-бизнеса: Максим Гирин (Россия) поведал об оценке эффективности ивентов, Ольга Прокопьева (Беларусь) поделилась опытом проведения мероприятий со сложной логистикой на большой территории и научила украинских ивенторов, что выиграть тендер в Москве не только можно, но и нужно, а Елена Деревянко (Украина), поучая и развлекающая, рассказала об эффективном PR-мероприятии.

Елена Голубева и Сергей Мельниченко (студия «Червона собака») прямо на глазах у зрителей сняли пластилиновый мультфильм и показали как персонаж может оживить корпоративный фильм.

О новых тенденциях для ивенторов заявили

представители интернет-среды Татьяна Топчий (HeadHunter::Ukraine) – на рынке труда и Оксана Завойко (сообщество профессионалов Profeo) – на рынке WEB 2.0.

Живую дискуссию не только среди специалистов отрасли вызвал круглый стол на тему «Тендеры на ивенты – взгляд Клиента и Агентства» от Ассоциации Ивенторов Украины. Итогом мероприятия стало подписание "Хартии принципов проведения эффективных тендеров в ивент-индустрии", которая призвана определить условия честного и объективного конкурса на организацию мероприятия.

Однако мероприятия бывают не только деловыми, но и развлекательными. На выставке этот баланс в полной мере поддержала насыщенная шоу-программа. На сцене выступали шоу-балеты «Ля Руж», «Фиделио», студия танца «Release», шоу мыльных пузырей от Арт-студии «Зеркало», вокальный ансамбль «Конкорд», диджеи, различные музыкальные исполнители и коллективы. Кроме того, посетители смогли научиться искусству танца на уникальном мастер-классе такого мэтра, как Григорий Чапкис, который сумел зажечь публику своим оптимизмом и задором. Азарту выставке придала игра в блек-джек в мобильном казино, а с наступлением темноты нотки мистери в преддверии хэлмоуина добавило огненное шоу.

Перспективы развития ивент-индустрии, интерес к этой сфере деятельности, 17-летний опыт организатора выставки – компании «ВнешЭкспоБизнес», ее молодая команда энтузиастов - все это дает основание полагать, что вместе с такими смело мыслящими, творческими и изобретательными людьми, которые собрались на выставочной площадке Киевского EVENT сезона, ивенторы наконец-то объединятся в сообщество единомышленников, для которых ивент не только род деятельности, а стиль жизни.

Нотатки з ESOMAR Marketing Research Explained (продовження)

НОВІ МОЖЛИВОСТІ

Еволюція чи революція? Сьогодні роль професійних ринкових досліджень безперечно змінюється.

Бізнес-клієнти надзвичайно сильно покладаються на данні ринкових досліджень. Вони бажають отримати інформаційні переваги при прийнятті управлінських рішень на ринку, де панує жорстка конкуренція. ESOMAR вбачає нову роль ринкових досліджень в «Інформаційно обґрунтованому консультуванні» - роль, в якій поєднуються традиційні аналітичні можливості з бізнесовими консультативними навичками.

Що це може означати особисто для професійних аналітиків? Спеціалісти з дослідження ринку все ще мають мати аналітичні здібності та бути винахідливими – як і в управлінні проектами та побудові взаємовідносин так і в представленні відомостей. Але в той самий час вони надзвичайно потребуватимуть в наявності зорієнтованості на вирішення проблем, бізнес вміння та в стратегічному баченні. Вони все ще мають бути гарними командними гравцями, але також мають мати лідерські здібності, які б дозволили їм співпрацювати з директорами та топ-менеджерами із «кімнати правління».

Дослідницькі компанії починають наймати людей з досвідом діяльності в секторі, у якому зайняті клієнти, таких як автомобілебудування чи роздрібна торгівля, та тих, що мають спеціалізовані функціональні навички, наприклад таких як фінансисти. Аналітики також отримують вигоду з вичерпних тренувальних програм розроблених агентствами за для впевненості, що дослідники-аналітики спроможні відповідати своєю діяльністю ширшим бізнес потребам, комерційним стратегіям та політичним і економічним нуждами.

В практиці

ФОКУС ТА КОНТЕКСТ

Ринкові аналітики мають бути спроможними фокусуватися на своїх дисциплінах, але також мають вміти побачити контекст. Таким чином вони повинні, наприклад, розуміти культуру організації, яким чином відбувається в ній рух інформації та як в ній працює механізм прийняття рішень. Вони також повинні бути як «сороки» - неперервне шукати ідеї та інформацію серед

медіа-носіїв сучасного світу. І при будь якій зміні споживацьких тенденцій чи патернів поведінки, аналітики мають бути в силі зрозуміти суспільство та сьогоденні напрями активізму.

«Справжнє прогнозування ... це не пасивне очікування та спостереження, а втручання. Це існування життям споживачів... таким чином, яким би ви залишались зв'язані з ними. Вам необхідно розуміти, приймати та відкривати нові ідеї про ринок і особливості його роботи – не раціонально, як традиційні економісти та маркетингологи ... а ірраціонально, емоційно, хаотично та ідеалізовано».

ВИЯВЛЕННЯ ТАЛАНТУ

ESOMAR-івське Виявлення Таланту це ініціатива націлена на підвищення навичок, наукових здібностей та експертних знань сучасних та майбутніх професійних аналітиків ринку. Ріст в професії аналітика ринку заснований на створенні, вирощуванні та розвитку нових талантів та диверсифікації професійних здібностей.

Практичне (кейсове) навчання

РОБОТА ПРОТИ ЖИТТЯ?

Людське відношення до роботи змінюється. Глобалізація та зростання бажання самовизначення змінюють традиційний контракт роботодавця-робітника. Націленість на досконалість та продуктивність в деяких випадках має негативний ефект. З'являються такі ознаки як знижена мотивація, недостатня впевненість в лідері та низький рівень участі персоналу. Тим не менш, вплив цих змін не однорідний по всій земній кулі.

Великий мульті національний аналіз (включив 13832 робітники старше 18 років з 23 країн світу) виявив відмінності між країнами та соціо-демографічними групами. Результати цього аналізу допомагають компаніям (включаючи мультінаціональні агентства ринкових досліджень) оцінювати те як вони мають змінювати свою політику щодо набирання персоналу таким чином щоб отримати та зберегти чудових спеціалістів в різних країнах світу.

Переклад Кобизський А.В.

Нотатки з ESOMAR
Marketing Research Explained

ПІДГОТОВКА

Зазвичай агентство відповідає на бриф дослідницькою пропозицією, яка створює основу для узгодження проекту. Наступні складові повинні бути включені у дослідницьку пропозицію або детально обговорені так, щоб домовленість могла бути досягнута перед початком проекту:

Дослідницькі цілі

включаючи проблему, яка має бути розглянута, цілі дослідження, інформація, яка може бути надана і яким чином це все буде використано.

Технічні особливості аналізу

зазвичай наступне включається: дизайн зразку, різновид інформації, яка має бути зібрана, спосіб збору даних, статистичні пропозиції, будь-які експериментальні / прогнозовані процедури моделювання, вимоги до аналізу і доповіді, координація, використання субпідрядчиків, постачання зразків / оглядові матеріали і згода на захист інформації.

Оцінка витрат

що включено, а що ні і чи є ціна умовною або твердою; умови оплати і проміжок часу, протягом якого ціна є дійсною також мають бути включені.

Інші договірні складові

включаючи розподіл ресурсів та підписання контрактів, менеджмент якості систем і процедур, задоволення клієнтів та опрацювання скарг, і сервісне обслуговування.

На ранніх етапах також дуже важливим є створення систем комунікацій, що включають: як / коли будуть доповідати про результативність проекту, точки контакту між клієнтом і агентством та канали комунікацій з різних питань.

КОНТРАКТ

Як тільки клієнт обрав правильне агентство і узгодив всі деталі проекту, ідеальним сценарієм є офіційний контракт. Тим не менш, сутністю ринкових досліджень є різноманітна та гнучка процедура. На практиці трапляються випадки, коли офіційного контракту не має, і продовженням слугує усне повідомлення електронною поштою або листом. Для суттєвого зменшення ризиків непорозуміння та провалу у розгляді важливих питань чи неефективного дослідження дуже важливим є впевненість, що всі ключові питання були розглянуті і узгоджені. При узгодженні проекту дослідження деталізований список пунктів для розгляду включається до буклету ESOMAR «Як виділяти кошти на дослідження».

Обидві сторони повинні також узгодити в ідеальному випадку в контракті дотримання правил, викладених у ESOMAR/ICC «Міжнародні правила маркетингових та соціальних практичних досліджень», так само як і національних правил та керівних приписів, якщо вони мають відношення до них.

КОНФІДЕНЦІЙНІСТЬ

Ринкове дослідження покладається на конфіденційність. Обов'язком агентства є збереження клієнтської конфіденційності, як зовнішньої, так і внутрішньої, включаючи встановлення ефективних інформаційно-програмних захисних систем. Якщо не обумовлено іншого, клієнт не повинен публікувати результати огляду без дозволу агентства.

Переклад Петренко М.І.



**Украинская Ассоциация Маркетинга продолжает выдавать
членские билеты индивидуальным членам УАМ**

Уважаемые коллеги, если Вы ещё не получили членский билет — пишите, звоните!
И обязательно присылайте нам своё фото 3x4,
на конверте укажите свои ФИО (полностью, на украинском языке).

Членство в УАМ дает Вам следующие преимущества

- 1) Скидка на журнал «Маркетинг в Україні» - 5%
- 2) Скидки на подписку журнала "Отдел маркетинга", "PR-менеджер" - 10%;
- 3) Подписка на комплект "Маркетинговые исследования в Украине" + "Маркетинг и реклама" (скидка составляет 7%), "Маркетинговые исследования в Украине" - 7%, "Маркетинг и реклама" - 7%;
- 4) Скидка 7% на покупку литературы в Интернет-магазине деловой литературы (www.booksir.com.ua);
- 5) Аптека гормональных препаратов - скидка 12%;
- 6) Скидки на участие во всех мероприятиях УАМ;
- 7) Пользование ИАС "Парус консультант" на очень выгодных условиях! (Более подробно читайте на сайте: www.uam.in.ua)
- 8) 5% на покупку оргтехники через Интернет-магазин <http://dewevle.net.ua>

Основная миссия УАМ — формирование цивилизованной
бизнес-среды.

Ежегодные членские взносы идут на развитие Всеукраинской Общественной Организации «Украинская Ассоциация Маркетинга»

Наш почтовый адрес:
03057, Киев, пр-т Победы
54/1, оф 434, 436.
+38 044 459-62-09

Розклад тренінгів Української Асоціації Маркетингу

Дата	Название тренинга	Тренер	Стоимость, грн. (с ПДВ)
20.11.08 - 21.11.08	Девятая Международная Научно - Практическая Конференция «Маркетинг в Украине»		600
09.12.08	Круиз для модераторов фокус групп	Чудовская - Кандыба Ирина	980
13.12.08	Маркетинг - Директор: как стать топ - менеджером и усилить значение своего подразделения	Нестеров Федор	980
17.01.09	Искусство Презентаций	Чудовская - Кандыба Ирина	980
24.01.09	Стратегия и организация маркетинговых исследований	Проф. Владимир Паниотто, Юлия Масиенко Компания InMind	1200
26.01.09 - 30.01.09 (время проведения 19.00 - 21.00)	SPSS - надежный инструмент практикующего маркетолога (вечерний курс для начинающих)	Спиваковский Сергей	1200
27.02.09	Третий Всеукраинский Форум «Авто маркетинг: партнерство и конкуренция на автомобильном рынке Украины»		1200
23.03.09-28.03.09	Недельные Курсы «Практический Маркетинг»:	Длигач Андрей	1200
23.03.09	Маркетинговые исследования и аналитика	Куденко Наталия/ Лылык Ирина	
24.03.09	Составление маркетинг плана / бизнес - планирование	Примак Татьяна	
25.03.09	PR коммерческих организаций	Будько Сергей/Карпенко Елена	
26.03.09	Трейд - маркетинг / Защита товарных знаков и логотипов	Диброва Татьяна	
27.03.09	Креативный Бриф	Мошун Ольга	
28.03.09	Медиапланирование		
12.06.09	Всеукраинский Форум «Промышленный Маркетинг»		1200

Інформація про тренінги УАМ розміщена на сайтах:

<http://uam.in.ua>, <http://www.training.com.ua>, <http://www.trenings.info>, <http://www.jobmarket.com.ua>, www.rabotaplus.com.ua, www.ukrfirm.com, www.kompass.ua, www.autodealer.ua, www.jobs.ua, <http://hh.ua>, www.otvetim.com.ua, www.treko.ru, www.urg.net.ua, www.ebitda.com.ua, www.moitreningi.ru

Вартість тренінгів покриває роздаткові матеріали, обід, кава - брейки.

Після закінчення тренінгу видається Сертифікат УАМ.

Асоціація також здійснює організацію корпоративних тренінгів.

Контактна інформація: Українська Асоціація Маркетингу, 03057, пр-т Перемоги 54/1, оф.434,436
+38 044 456 08 94, 459 62 09 uma@kneu.kiev.ua, primak@kneu.kiev.ua, <http://uam.in.ua>.

Философия УАМ — быть голосом маркетологов Украины.

Украинская Ассоциация Маркетинга объединяет исследовательские, консалтинговые и рекламные агентства, выставочные компании, контакт-центры, фирмы-разработчики программного обеспечения для маркетологов – в качестве коллективных членов; и физических лиц, а также преподавателей Вузов Украины, как индивидуальных членов.

Миссия УАМ:

1. формирование цивилизованной бизнес-среды;
2. продвижение и развитие маркетинга как фактора, кото-

рый определяет экономическое развитие и благосостояние страны;

3. поддержка малого и среднего бизнеса путем внедрения маркетинговых методов ведения хозяйственной деятельности.

4. способствование формированию цивилизованного и прозрачного комплекса механизма взаимодействия между органами государственной власти, учебными заведениями и бизнесом в области образования для маркетологов.

Для регулирования взаимоотношений между исследовательскими компаниями и заказчиками исследований разработаны Стандарты качества маркетинговых

исследований УАМ (на основе Стандартов качества маркетинговых исследований EFAMRO). Стандарты качества маркетинговых исследований УАМ зарегистрированы в ДП “УкрНДНЦ” под номером СОУ 91.12.0-21708654-001-2002. Стандарты регулируют права исследовательской компании, клиента (заказчика) и респондента, определяют основные процедуры хранения и обработки информации, права собственности на результаты маркетинговых исследований, права респондентов.

Стандарты качества маркетинговых исследований УАМ являются добровольным стандартом, а для членов УАМ – обязательным стандартом.

Издания Украинской Ассоциации Маркетинга**Издания УАМ:**

- Аналитический журнал «Маркетинг в Україні».
- Ежегодное информационное издание «Щорічник УАМ».
- «Директиви та Керівництва ESOMAR» - официальный перевод на украинский язык Codes&Guidelines ESOMAR.
- Электронное издание Маркетинг Газета.

Журнал «Маркетинг в Україні» - аналитическое, профессиональное издание ассоциации.

В каждом номере журнала печатаются международные нормативные документы для маркетологов и рекламистов. Украинская Ассоциация

Маркетинга имеет право на перевод и печать документов ESOMAR, EFAMRO, CMOR.

Рубрики издания:

Новости украинского маркетинга/Обзоры рынков/Коммуникации: реклама, PR/Маркетинговые исследования/Управление брендами/Прикладные аспекты маркетинговой деятельности/Маркетинг услуг/Маркетинг в мире/Объем – 72 страницы.

Язык – украинский. Географический охват – Украина. Периодичность – 1 раз в два месяца.

Как приобрести: подписка в ДП ПРЕССА (подписной индекс 22942), в подписных агентствах Украины, в офисе УАМ, в киосках КНЕУ.

Стоимость редакционной подписки одного номера – 25 грн.

Стоимость годовой редакционной подписки (6 номеров) – 150 грн.

Ежегодное информационное издание «Щорічник УАМ».

Справочное издание. Содержит информацию членах ассоциации: маркетинговых и консалтинговых агентствах, выставочных компаниях, контакт-центрах, юридических компаниях, периодических изданиях, разработчиков программного обеспечения. Издание содержит информацию об учебных заведениях, которые готовят маркетологов.

Данные материалы могут быть высланы по почте

Над Маркетинг Газетой работали:

Директор проекту Ирина Викторовна Лылык, **Редакторы:** Наталия Андрущенко, Анна Туницкая, Марьяна Лылык **Адрес редакции:** пр-т. Победы 54/1, оф. 436, г. Киев, 03057, Украина.

Телефон/факс: +38 044 456 08 94, 459 62 09. **E-mail:** uma@kneu.kiev.ua, primak@kneu.kiev.ua

Распространение: электронная рассылка по подписке членам, партнерам, представителям УАМ.

Тираж: 3000 электронных адресов.

Ответственность за рекламные материалы несут рекламодатели. По вопросам получения издания, размещения информационных материалов и рекламы в Маркетинг Газете обращайтесь в Редакцию.