

## Отчет

о работе сессии «Трансформация маркетинга в условиях современной цифровой революции»

на ежегодной научной конференции «Ломоносовские чтения-2018»  
«Цифровая экономика: человек, технологии, институты»

**Руководитель секции - д.э.н., проф. Герасименко В.В.**

**Дата, время, место проведения сессий (аудитория) 18 апреля, 12.20 – 13.50, ауд. 273**

**Участники: 18 человек.**

*В том числе:*

*А) внешние участники (город, вуз, факультет, должность): 5 человек*

**Внешние докладчики:**

- 1) Аренков Игорь Анатольевич, д.э.н., проф., кафедра маркетинга СПбГЭУ,*
- 2) Бичун Юлия Андреевна, к.э.н., доц., кафедра маркетинга СПбГЭУ*
- 3) Тультаев Тимур Алексеевич, к.э.н., доц., факультет маркетинга, РЭУ имени Г.В. Плеханова*
- 4) Дейнекин Тихон Викторович, к.э.н., бизнес-консультант, руководитель интернет-проекта «A.I. for marketing navigator»*

**Внешние слушатели:**

*Латышова Людмила Сергеевна, к.э.н., доц., заведующая кафедрой маркетинга факультета маркетинга, рекламы и сервиса ИОМ РАНХиГС*

*Б) сотрудники экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова: 9 человек*

**Докладчики:**

*Герасименко Валентина Васильевна, д.э.н., проф., заведующая кафедрой маркетинга*

**Дискутанты:**

*Симонов Кирилл Вячеславович, к.э.н., доц. кафедры маркетинга, ЭФ МГУ*  
*Слепенкова Елена Михайловна, к.э.н., доц. кафедры маркетинга, ЭФ МГУ*  
*Рачковская Ирина Аркадьевна, к.э.н., доц. кафедры маркетинга, ЭФ МГУ*  
*Черников Александр Васильевич, к.э.н., доц. кафедры маркетинга, ЭФ МГУ*

**Слушатели:**

*Очковская М.С., к.э.н., доц. кафедры маркетинга, ЭФ МГУ*

*Рыбалко М.А., к.э.н., доц. кафедры маркетинга, ЭФ МГУ*

*Скитер М.Л., менеджер программ МВА*

*Куркова Д.Н., менеджер программ МВА*

*В) магистранты и аспиранты экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова: 4 аспиранта*

*Аспиранты 3 года: Костанян А.А., Голованова Е.В.*

*Аспиранты 2 года: Айрапетян М.Р., Ващуков А.А.*

**Цель работы секции:** *Инициировать диалог и научную дискуссию по современным трендам маркетинга и трансформации его инструментов в условиях цифровой революции.*

## **Доклады:**

На заседании сессии представлено 4 доклада:

1. Герасименко Валентина Васильевна, д.э.н., проф., ЭФ МГУ, Нечаева Д. В., выпускница МВА ЭФ МГУ, **«Цифровая трансформация и тенденции ценообразования компаний e-commerce»**

2. Аренков Игорь Анатольевич, д.э.н., проф., кафедра маркетинга СПбГЭУ, Бичун Юлия Андреевна, к.э.н., доц., кафедра маркетинга СПбГЭУ, **«Трансформация маркетинга в цифровой экономике: современные вызовы и проблемы»**

3. Тультаев Тимур Алексеевич, к.э.н., доц., факультет маркетинга, РЭУ имени Г.В. Плеханова, **«Возможности применения технологии Wow-call при взаимодействии компании с потенциальными потребителями»**

4. Дейнекин Тихон Викторович, к.э.н., бизнес-консультант, руководитель интернет-проекта «A.I. for marketing navigator», **«Классификация и области применения технологий машинного обучения в маркетинге»**

4 доклада рекомендовано к публикации:

- 1) Герасименко Валентина Васильевна, Нечаева Д. В., «Цифровая трансформация и тенденции ценообразования компаний e-commerce»
- 2) Аренков Игорь Анатольевич, Бичун Юлия Андреевна, «Трансформация маркетинга в цифровой экономике: современные вызовы и проблемы»
- 3) Тультаев Тимур Алексеевич «Возможности применения технологии Wow-call при взаимодействии компании с потенциальными потребителями»
- 4) Дейнекин Тихон Викторович, «Классификация и области применения технологий машинного обучения в маркетинге»

**Содержание работы сессии:** Научная дискуссия, инициированная на сессии, касалась, главным образом, современных трендов маркетинга и трансформации его инструментария в условиях цифровой революции. Проф. Герасименко В.В. представила в своем выступлении главные тренды цифровизации и изменения в инструментах маркетинга в связи с развитием диджитализации, сделав акцент на особенностях ценообразования в online-ритейле. Проф. Аренков И.А. в соавторстве с Бичун Ю.А. в своем выступлении затронули современные вызовы и проблемы маркетинга в цифровой экономике, отметив усиливающееся проникновение элементов цифрового маркетинга в активности производителя и потребителя. Презентация доц. Тультаева Т.А. была посвящена инновационной платформе Wow-call, объединяющей Интернет и международную телефонию. Значение машинного обучения в маркетинге и применение его технологий в парадигме инструментария “4P” было рассмотрено в докладе доц. Дейнекина Т.В.

### **На заседании секции сформулированы рекомендации:**

*Проводить совместные исследования и обмениваться результатами в области меняющегося маркетинга в условиях усиливающейся цифровизации.*

Руководитель сессии  
Проф. Герасименко В.В.