



Конкурс социальных проектов
«Социологический проект в финансово-экономической сфере»

Рынок ведущих маркетинговых компаний в России как фактор профессиональной ориентации студентов Финансового университета

(авторская методика сравнительного социологического анализа
в динамике **2015-2018 гг.**)

Спикеры:

Владимиров Иван
Лаптиева Татьяна
Мамонтова Софья
Маркелова Полина
Соколова Юлия
Хлуднева Анна

Групповой проект
студентов ФСП
группы СОЦ 3-1

Москва 2018

Научный руководитель:
к.с.н., доцент Назаренко С.В.



УЧАСТНИКИ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ГРУППЫ

- | | | |
|----------------------|------------------------|--------------------|
| 1. Владимиров Иван | 8. Карибова София | 15. Попович Ана |
| 2. Гулина Александра | 9. Кузнецова Екатерина | 16. Пудова Полина |
| 3. Гусева Дария | 10. Лаптиева Татьяна | 17. Соколова Юлия |
| 4. Давидян Даниил | 11. Мамонтова Софья | 18. Хлуднева Анна |
| 5. Дорохова Валерия | 12. Маркелова Полина | 19. Шлёнкина Анна |
| 6. Зацаринина Полина | 13. Марков Дмитрий | 20. Шмарова Оксана |
| 7. Ким Марина | 14. Мишин Кирилл | |

Рейтинг маркетинговых компаний «Motton Pik» – удобный инструмент для выбора лучших маркетинговых агентств



Рейтинговое агентство "Моттон Пик" - российское независимое рейтинговое агентство, созданное для формирования прозрачного рынка B2B поставщиков качественных профессиональных услуг на территории России с целью оказания помощи заказчикам в выборе необходимого поставщика определенных услуг по объективным, проверенным качественным и количественным показателям.

Цель рейтинга:

1. Повышение прозрачности рынка маркетинговых услуг в России.
2. Помощь потенциальным клиентам в выборе маркетинговой компании для решения своих задач.

Участники рейтинга: надежные маркетинговые агентства,
функционирующие на территории Российской Федерации.

Ранжирование мест в рейтинге: автоматическое.

Место в рейтинге зависит от количества положительных рекомендаций клиентов.



Motton Pik



Рейтинг маркетинговых компаний «Motton Pik» – удобный инструмент для выбора лучших маркетинговых агентств

2015		2016		2017		2018	
1	MegaResearch	1	ГидМаркет	1	MegaResearch	1	MegaResearch
2	B2B Airwaves	2	MegaResearch	2	ГидМаркет	2	ГидМаркет
3	Infowave	3	B2B Airwaves	3	Агентство промышленной информации	3	Concol
4	Concol	4	Concol	4	Русопрос	4	СканМаркет
5	Step by Step	5	Исследовательская группа "Инфолайн"	5	Step by Step	5	Русопрос
6	Исследовательская группа "Инфолайн"	6	Текарт	6	Навигейт Консалтинг	6	Навигейт Консалтинг
7	ГидМаркет	7	Infowave	7	DISCOVERY Research Group	7	Step by Step
8	SMARTBERRY RESEARCH	8	Агентство промышленной информации	8	Инфолайн	8	B2B Airwaves
9	TRIUMPH MARKETING	9	Маркетинговое агентство "Русопрос"	9	Текарт	9	DISCOVERY Research Group
10	Маркетинговое агентство "Русопрос"	10	Step by Step	10	СканМаркет	10	Агентство промышленной информации



Motton Pik



Рейтинг маркетинговых компаний «Motton Pik» – удобный инструмент для выбора лучших маркетинговых агентств

	2015		2016		2017		2018
11	СканМаркет	11	Навигейт Консалтинг	11	SMARTBERRY RESEARCH	11	Инфолайн
12	MAR Consult	12	DISCOVERY Research Group	12	Concol	12	Текарт
13	Агентство промышленной информации	13	SMARTBERRY RESEARCH	13	B2B Airwaves	13	SMARTBERRY RESEARCH
14	MOST Marketing	14	TRIUMPH MARKETING	14	MAR Consult	14	MAR Consult
15	Российское Агентство поддержки малого и среднего бизнеса	15	СканМаркет	15	MOST Marketing	15	MOST Marketing
16	Market Capital Solutions	16	MAR Consult	16	Российское Агентство поддержки малого и среднего бизнеса	16	Российское Агентство поддержки малого и среднего бизнеса
17	AS MARKETING	17	MOST Marketing	17	Market Capital Solutions	17	Market Capital Solutions
18	Straget	18	Российское Агентство поддержки малого и среднего бизнеса	18	ГРИФОН-ЭКСПЕРТ	18	ГРИФОН-ЭКСПЕРТ
19	Symbol	19	Market Capital Solutions	19	AS MARKETING	19	AS MARKETING
20	МедиаСофт	20	Исследовательская компания "ГРИФОН-ЭКСПЕРТ"	20	Infowave	20	Infowave



Motton Pik



Рейтинг маркетинговых компаний «Motton Pik» – удобный инструмент для выбора лучших маркетинговых агентств

2015		2016		2017		2018	
21	Системы эффективных Технологий	21	AS MARKETING	21	FDF group	21	FDF group
22	ANTEMA	22	FDF group	22	Straget	22	Straget
23	BCD	23	Straget	23	Symbol	23	Symbol
24	CREATORIC	24	Symbol	24	Zoom market	24	Zoom market
25	RESULT	25	Zoom market	25	МедиаСофт	25	Косатка Маркетинг
26	Loyalty Building	26	МедиаСофт	26	Системы эффективных Технологий	26	МедиаСофт
27	1step2market	27	Системы эффективных Технологий	27	ANTEMA	27	Системы эффективных Технологий
28	4SFormula	28	ANTEMA	28	BCD	28	ANTEMA
29	A/R/M/I-Marketing Millward Brown	29	BCD	29	RESULT	29	BCD
30	AdMosFear	30	RESULT	30	Loyalty Building	30	RESULT



Motton Pik



Рейтинг маркетинговых компаний «Motton Pik» – удобный инструмент для выбора лучших маркетинговых агентств

	2015		2016		2017		2018
31	AFMC	31	Loyalty Building	31	1step2market	31	Loyalty Building
32	BCGroup	32	1step2market	32	4SFormula	32	1step2market
33	BCI	33	4SFormula	33	A/R/M/I-Marketing Millward Brown	33	4SFormula
34	Beorg Scan Center	34	A/R/M/I-Marketing Millward Brown	34	AdMosFear	34	A/R/M/I-Marketing Millward Brown
35	CESSI	35	AdMosFear	35	AFMC	35	AdMosFear
36	De la Rey	36	AFMC	36	BCGroup	36	AFMC
37	DISCOVERY Research Group	37	BCGroup	37	BCI	37	BCGroup
38	DSM	38	BCI	38	Beorg Scan Center	38	BCI
39	FDF group	39	Beorg Scan Center	39	CESSI	39	Beorg Scan Center
40	Focus Marketing Research	40	CESSI	40	De la Rey	40	CESSI



Motton Pik



Рейтинг маркетинговых компаний «Motton Pik» – удобный инструмент для выбора лучших маркетинговых агентств

	2015		2016		2017		2018
41	Formen	41	De la Rey	41	DJMarketing	41	De la Rey
42	Fort Ross	42	DSM	42	DSM	42	DJMarketing
43	FRC	43	Focus Marketing Research	43	Focus Marketing Research	43	DSM
44	Fresh-Lime	44	Formen	44	Formen	44	Focus Marketing Research
45	GBA.research	45	FRC	45	FRC	45	Formen
46	GLOBAL REACH CONSULTING	46	Fresh-Lime	46	Fresh-Lime	46	FRC
47	IDC	47	GLOBAL REACH CONSULTING	47	GLOBAL REACH CONSULTING	47	Fresh-Lime
48	Imarcom	48	IDC	48	IDC	48	GLOBAL REACH CONSULTING
49	IMS Retail. Маркетинговое агентство	49	Imarcom	49	Imarcom	49	IDC
50	Indepth	50	IMS Retail. Маркетинговое агентство	50	IMS Retail. Маркетинговое агентство	50	Imarcom



ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

— сформировать у студентов культуру образовательного поведения в Финансовом университете, компетенцию выбора перспективной профессиональной среды на основе информированности о деятельности ведущих маркетинговых компаний на российском рынке
(в динамике 2015 – 2018 годов)





ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

1.

Изучить ведущих игроков
рынка маркетинговых услуг,
их продуктовый портфель:
по авторской методике
(15 критериев)

2.

Выявить зависимость влияния
маркетинговой компании,
её рейтинга,
конкурентных преимуществ
на профессиональные ориентации
студентов Финуниверситета

3.

Определить основные направления
и тенденции развития
рынка маркетинговых услуг
и их роль в формировании
готовности студентов Финуниверситета
к профессиональной деятельности



ГИПОТЕЗЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

1

Чем ниже место компании в рейтинге, тем шире у неё спектр услуг.

2

Место компании в рейтинге не влияет на тип клиентов.

3

Активность компаний на рынке маркетинговых услуг непрерывна. Они конкурируя между собой, делают рынок динамичным и привлекательным, как для потенциальных клиентов, так и для выпускников университетов.

4

Маркетинговые компании используют в своей деятельности различные методы исследований, комбинируя как количественные, так и качественные, что востребует высокий уровень культуры и грамотности работников.

5

Ведущие маркетинговые компании не ограничиваются проведением только маркетинговых исследований, что является ориентиром и ресурсом диверсификации компетенций потенциальных сотрудников.



МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Метод исследования: анализ документов / фокус-группа
с членами исследовательской группы

Виды исследования: * качественный (традиционный) анализ
* ивент-анализ

Единица анализа

* **основного:** официальный сайт маркетинговой компании из ТОП – 50

* **дополнительного:** Интернет (Медиа- / Блого-) – сфера, социальные сети

Объект анализа: информационная среда маркетинговой компании

Предмет анализа: ресурсы информационной среды маркетинговой компании
в профессиональной ориентации студентов
Финансового университета



АВТОРСКАЯ МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

КРИТЕРИИ АНАЛИЗА:

1. История компании.
2. Миссия и цель.
3. Новостная лента.
4. Основные сферы деятельности.
5. Содержание маркетинговых исследований.
6. Методы.
7. География охвата.
8. Проекты — визитные карточки.
9. Публикации (информация в СМИ о компании).
10. Персонал и вакансии.
11. Клиенты (отзывы, количество, содержание и репутация).
12. Сотрудничество с др. компаниями (партнеры, спонсоры).
13. Конкурентные преимущества.
14. Интернет(медиа-)-пространство (страницы в соц. сетях).
15. Контакты.



ВЫБОРКА



Motton Pik

Официальный рейтинг маркетинговых компаний «Motton Pik» за 2016 и 2018* гг.

Рейтинг **ТОП-50**
маркетинговых
компаний России

Деление на
5 равномерных
кластерных групп

Выбор компаний -
случайным образом

* <https://www.pikmarketinga.ru/>



КЛАСТЕРНАЯ ГРУППА №1

Название компании	Место в рейтинге 2016	Место в рейтинге 2018
ГидМаркет	1	2 ↓ (-1)
MegaResearch	2	1 ↑ (+1)
B2B Airwaves	3	8 ↓ (-5)
Concol	4	3 ↑ (+1)
Исследовательская группа "Инфомайн"	5	11 ↓ (-6)
Текарт	6	12 ↓ (-6)
Infowave	7	20 ↓ (-13)
Агентство промышленной информации	8	10 ↓ (-2)
Маркетинговое агентство "Русопрос"	9	5 ↑ (+4)
Step by Step	10	7 ↑ (+3)

60% маркетинговых компаний I кластерной группы ухудшили свои рейтинговые позиции, а **50 %** из них опустились во II кластерную группу.



КЛАСТЕРНАЯ ГРУППА №2

Название компании	Место в рейтинге 2016	Место в рейтинге 2018
Навигейт Консалтинг	11	6 ↑ (+5)
DISCOVERY Research Group	12	9 ↑ (+3)
SMARTBERRY RESEARCH	13	13 – (0)
TRIUMPH MARKETING	14	–
СканМаркет	15	4 ↑ (+11)
MAR Consult	16	14 ↑ (+2)
MOST Marketing	17	15 ↑ (+2)
Российское Агентство поддержки малого и среднего бизнеса	18	16 ↑ (+2)
Market Capital Solutions	19	17 ↑ (+2)
Исследовательская компания "ГРИФОН-ЭКСПЕРТ"	20	18 ↑ (+2)

80% маркетинговых компаний II кластерной группы улучшили свои рейтинговые позиции, а **30 %** заняли рейтинговые места I кластерной группы.



КЛАСТЕРНАЯ ГРУППА №3

Название компании	Место в рейтинге 2016	Место в рейтинге 2018
AS MARKETING	21	19 ↑ (+2)
FDF group	22	21 ↑ (+1)
Straget	23	22 ↑ (+1)
Symbol	24	23 ↑ (+1)
Zoom market	25	24 ↑ (+1)
МедиаСофт	26	26 – (0)
Системы эффективных Технологий	27	27 – (0)
ANTEMA	28	28 – (0)
BCD	29	29 – (0)
RESULT	30	30 – (0)

50% маркетинговых компаний III кластерной группы улучшили свои рейтинговые позиции, а **50 %** из них остались на прежнем уровне.



КЛАСТЕРНАЯ ГРУППА №4

Название компании	Место в рейтинге 2016	Место в рейтинге 2018
Loyalty Building	31	31 – (0)
1step2market	32	32 – (0)
4SFormula	33	33 – (0)
A/R/M/I-Marketing Millward Brown	34	34 – (0)
AdMosFear	35	35 – (0)
AFMC	36	36 – (0)
BCGroup	37	37 – (0)
BCI	38	38 – (0)
Beorg Scan Center	39	39 – (0)
CESSI	40	40 – (0)

100% маркетинговых компаний IV кластерной группы в рейтинге свою позицию не изменили.



КЛАСТЕРНАЯ ГРУППА №5

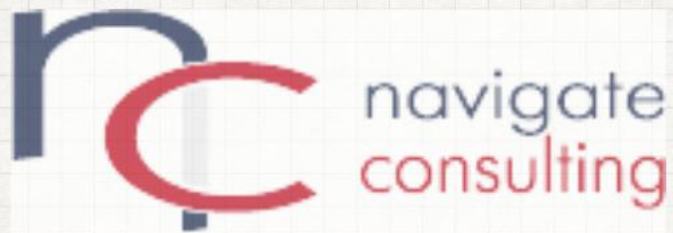
Название компании	Место в рейтинге 2016	Место в рейтинге 2018
De la Rey	41	41 – (0)
DSM	42	43 ↓ (-1)
Focus Marketing Research	43	44 ↓ (-1)
Formen	44	45 ↓ (-1)
FRC	45	46 ↓ (-1)
Fresh-Lime	46	47 ↓ (-1)
GLOBAL REACH CONSULTING	47	48 ↓ (-1)
IDC	48	49 ↓ (-1)
Imarcom	49	50 ↓ (-1)
IMS Retail. Маркетинговое агентство	50	–

90% маркетинговых компаний V кластерной группы ухудшили свои рейтинговые позиции, а **2 компании** (одна из II группы, вторая из V группы) не смогли удержаться в Топ-50.



ВЫБОРКА ДЛЯ СРАВНИТЕЛЬНОГО АНАЛИЗА

Компания № 1	Исследователь	Компания № 2	Исследователь
ГидМаркет	Шлёнкина А. А.	MegaResearch	Гусева Д. А.
Concol	Лаптиева Т. В.	B2B Airwaves	Соколова Ю.В.
Русопрос	Зацарина П. С.	Step by step	Маркелова П. Е.
Навигейт Консалтинг	Хлуднева А. А.	Market Capital Solutions	Мамонтова С. А.
MAR Consult	Ким М. А.	DISCOVERY Research Group	Попович Ана
СканМаркет	Пудова П. А.	MOST Marketing	Гулина А. Ю.
МедиаСофт	Карибова С. Т.	ANTEMA	Дорохова В. А.
Focus Marketing Research	Кузнецова Е. Л.	GLOBAL REACH CONSULTING	Шмарова О. Д.
Imarcom	Владимиров И. А.	FRC	Давидян Д. С.



<http://navigate-consulting.ru>



<http://www.marcs.ru>

Группа Компаний **Step by Step**

Основана в 2000 г. Образовалась путем выделения ключевых направлений из присобизнеса Маркетингового Агентства Step by Step, а так же путем единения других компаний смежных отраслей.

Состоит из следующих компаний:

- Маркетинговое Агентство Step by Step
- Step by Step Консалтинг
- Step by Step Брендинг
- Step by Step Недвижимость
- Аналитический Центр Step by Step
- Call центр MarketPhone

2010 год ознаменовался для нас открытием новой инвестиционно-венчурной компании Step Up Innovations!

В 2011 году группа компаний пополнилась консультационно-тренинговой компанией Step Up Consulting.

Маркетинговое агентство «Русопрос»

Было основано ведущими специалистами в области социологии и маркетинга. Агентство выполняет заказы с 2011 года.

- Компания занимает 4 место в списке «ТОП-50 маркетинговых компаний России по версии "[Motton Pik](#)" - 2018





«Компания Биорг – лидер российского рынка обработки персональных данных. С помощью собственного инновационного ПО Bescan и Beorg Processing мы умеем сканировать, распознавать и обрабатывать документы и комплекты документов любой сложности, включая рукописные»

- **16 лет** на рынке;
- более **50** специалистов – штат постоянных сотрудников;
- более **1 000** реализованных проектов;
- свыше **3 000 000** страниц сканируется каждый месяц;
- свыше **2 000 000** документов с персональными данными обрабатывается ежемесячно;
- более **10 000** ритейл точек на обслуживании



Исследовательское агентство [BCGroup](#) на рынке с 2006 года.

Компания специализируется на:

- Маркетинговой аналитике
- Проведении маркетинговых исследований

Ресурсы компании:

- Собственный [call-центр](#) на 50 операторов;
- [Омнибусы](#) по ряду рынков в городах-миллионниках России;
- [Онлайн-панель](#).

Консалтинговая компания **CONCOL** – современная российская консалтинговая компания, специализирующаяся в области анализа рынка, повышения эффективности и развития бизнеса.

Компания долгое время (с 1995 г.) функционировала как подразделение в составе крупного российского холдинга. В 2007 году данное подразделение было преобразовано в отдельную бизнес-единицу и получило название CONCOL.

Миссия

Качественно и быстро помочь решить проблемы на разных уровнях организации.

Сферы специализации: <http://concol.ru/sectoral/>

Новостная лента
<http://blog.concol.ru>

Консалтинговая компания B2B Airwaves образована в 2009 году.

Команду компании составляют профессиональные консультанты-маркетологи, имеющие опыты в различных отраслях экономики и в различных по масштабам предприятиях. За время существования компании реализовано более 200 различных маркетинговых проектов.

Входит в топ-10 маркетинговых компаний России, занимая 8 место. Рейтинг «Mottom Pick 2010».

B2B

AIRWAVES

Consulting Group



• 13.11.2018

Исследование рынка ориентированно-стружечных плит (OSB) в России

• 13.11.2018

Исследование рынка стиральных и сушильных машин в России

• 01.11.2018

Исследование рынка кафе/баров в России

• 01.11.2018

Исследование рынка туристических услуг в России

• 01.11.2018

Исследование рынка кредитования в России



Городское население России готово платить около 5,8 тысяч рублей в месяц за медицинские услуги



Изменение готовности оплачивать медицинские услуги в 2017 году по сравнению с 2010 годом



87% врачей готовы использовать инновационные препараты, незарегистрированные на территории РФ



Половина российских врачей оценивают состояние материально-технической базы учреждений как неудовлетворительное



Почти 40% взрослого населения скептически настроены относительно вакцинации



Лечение антибиотиками неэффективно у каждого десятого пациента



52% врачей считают систему детского здравоохранения далекой от идеала



Половина врачей рекомендуют лечить сердечно-сосудистые заболевания в России



MOST MARKETING

○ **Маркетинговые услуги:**

- Анализ рынков
- Изучение потребителей
- Изучение конкурентов
- Маркетинговые стратегии
- Анализ территорий и окружения
- Аудит маркетинга

○ **Проектный консалтинг:**

- Бизнес-планирование
- Разработка стратегической бизнес-модели проекта

<https://m-marketing.ru/opyit/>

СканМаркет



- МА «СканМаркет» специализируется на решении **аналитических маркетинговых задач**, направленных на формирование конкурентных преимуществ компании Клиента.
- Маркетинговые исследования, конкурентная разведка, мониторинг представленности продукта, формирование маркетинговой стратегии и персональная маркетинговая аналитика — область компетенции компании
- Специализируется на таких рынках как:
 - Розничная торговля
 - Продукты питания и напитки
 - Промышленная продукция
 - Недвижимость
 - Медицина и фармацевтика
 - Транспорт и авиаперевозки
 - Автомобили и АЗС
 - Развлечения и досуг, спорт
 - Техника и IT
 - Услуги

<http://www.scanmarket.ru/tasks/>



Focus Marketing Research

Потребительские и рыночные исследования для розничной торговли.

- Продвижение баланса
- Продвижение классов товаров
- Promotion mechanics
- Продвижение торговых сегментов, счетов
- Продвижение заказов производителей, брендов, продуктов
- Продвижение типов торговли
- Ценовое развитие (по счетам и группам product)

<https://www.focusmr.com/company/publicationsstudiesrankings/>

GLOBAL REACH CONSULTING

Комплексные маркетинговые исследование GRC включают в себя:

- Объем рынка и основные тенденции
- Анализ потребителей и их предпочтений
- Анализ конкурентов
- Прогнозы и рекомендации

<http://www.globalreach.ru/marketingovyie-issledovaniya.htm>



Количественные	Качественные	Количественные	Качественные
• Телефонные и online интервью • Формализованные и неформализованные интервью • Hall-тест (представляет метод исследования, в ходе которого группа людей в специальном помещении тестирует товар, а затем отвечает на вопросы, касающиеся данного товара)	• Глубинные интервью • Фокус-группы • Экспертный опрос • Mystery-shopping (с целью получения в завуалированной форме информации об объекте по заранее заданным критериям)	• On-line опросы • Личные интервью • Телефонные опросы	• Фокус-группа • Глубинное интервью • Этнография
https://drgroup.ru/demo/Prezentaciya_DRG.pdf		http://marconsult.ru/resursy/	

География охвата (где находятся филиалы)

B2b Airwaves

Региональная сеть партнеров и представительств компании охватывает практически все регионы России. Компания успешно реализует проекты во всех федеральных округах.

Для получения более подробной информации о возможностях реализации проектов в регионах РФ, клиенты могут связаться с со специалистами.

Головной офис в Москве: info@b2bairwaves.ru

Офисы и представительства в городах РФ

- Санкт-Петербург: spb@b2bairwaves.ru
- Казань: kazan@b2bairwaves.ru
- Екатеринбург: ekb@b2bairwaves.ru
- Севастополь: krim@b2bairwaves.ru
- Краснодар: krasnodar@b2bairwaves.ru
- Владивосток: vladivostok@b2bairwaves.ru
- Новосибирск: novosibirsk@b2bairwaves.ru
- Нижний Новгород: nn@b2bairwaves.ru
- Самара: samara@b2bairwaves.ru
- Волгоград: volgograd@b2bairwaves.ru

CONCOL

Представительства
находятся во всех
регионах РФ.





- Основным проектом является разработка сайта с привлечением при разработке маркетинговых технологий
- Официальный интернет-магазин косметической продукции Kerastase Loreal

<http://www.kerastaseoreal.ru/>
<http://i-marcom.ru/portfolio/oficialnyj-internet-magazin-kosmeticheskoy-produkcii-kerastase-loreal/>

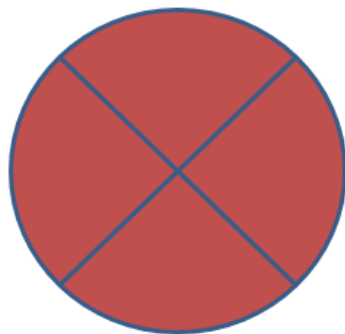


- В 2017 году агентство Fresh Russian Communications запустило B2B Journal – интернет журнал о коммуникациях в B2B-бизнесе
- Ежедневно в интернет журнале публикуются полезные материалы для PR-специалистов и маркетологов B2Bкомпаний. ☐ Ежемесячно в рамках проекта проводятся бизнес-завтраки для профессионалов в сфере PR и маркетинга в B2B в Москве, Санкт-Петербурге и Перми.

www.b2b-journal.ru



Focus Marketing Research



GLOBAL REACH CONSULTING

Результаты проведенных исследований и
комментарии наших экспертов
регулярно публикуются в ведущих СМИ

Коммерсант

The Moscow Times



РОССИЙСКАЯ
ГАЗЕТА



ОДНАКО

ЭКСПЕРТ
ОБЩЕНАЦИОНАЛЬНЫЙ ДЕЛОВОЙ ЖУРНАЛ

RUSSIAN
FOOD & DRINKS
MARKET MAGAZINE

<http://www.globalreach.ru/ankety/GLOBAL-REACH-CONSULTING.pdf>



MOST MARKETING

- **Руководитель – основатель** – Виктор Ларионов
- **Команда экспертов:**
 - Исполнительный директов – Евгений Смокота
 - Ведущий маркетолог – Иван Калинин
 - Руководитель качественных исследований – Анастасия Черкашина
 - Руководитель исследовательских проектов – Галина Семенова
- Более 20 сотрудников.

<https://m-marketing.ru/o-kompanii/>



СканМаркет

- **Генеральный директор** МА «Сканмаркет» - Кривошеев Александр Александрович
- **Научное руководство** работой МА «СканМаркет» с момента его создания осуществляет Лауреат Премии Правительства РФ, доктор экономических наук, профессор, директор Института маркетинга Государственного университета управления Азоев Геннадий Лазаревич
- Данные о персонале отсутствуют
- Раздел «Карьера», где можно ознакомиться с открытыми вакансиями и отправить анкету

<http://www.scanmarket.ru/career/>



MegaResearch

маркетинговое агентство



Более 100 сотрудников в команде

Многопрофильная команда
состоит из журналистов,
психологов, маркетологов,
бизнесменов и исследователей.

<https://www.megaresearch.ru/team>

Вакансии:

- Аналитик (маркетинговые исследования)

<https://hh.ru/vacancy/28781090>

- Руководитель отдела аналитики

<https://hh.ru/vacancy/28718548>



Вакансии:

1) Менеджер:

Опыт: от 1 года.

Обязанности: владение MS ofise, высокая мотивация к труду.

Зарплата: от 20 000

<http://cherepovets.jobinmoscow.ru/linkvac.php?link=1149688769>

2) Аналитик:

Опыт: не требуется.

Обязанности: обязательно опыт написания бизнес-планов. Аккуратность, аналитический склад ума.

Зарплата: от 20 000

<http://cherepovets.jobinmoscow.ru/linkvac.php?link=1149688768>

<http://www.step-by-step.ru/partners/otzyv.php>

Группа Компаний Step by Step

Отзыв Общества с Ограниченной
Ответственностью ТД «Роллтон»
Мы рекомендуем МА Step by Step
как профессионального и надежного
партнера в области маркетинговых
услуг и маркетингового
консультирования.



Honeywell



НОВЫЙ МИР



MATORIN
УПРАВЛЕНИЕ НЕДВИЖИМОСТЬЮ



<http://rus-opros.com>

Маркетинговое агентство «Русопрос»

Мосцветторг

Компания Мосцветторг выражает благодарность
за высокий профессионализм и организованность
при проведении исследований покупательского
поведения.

Рекомендуем агентство как надежного и
профессионального партнера в проведении
исследований.



Мосцветторг
Цветочная база



Банк Москвы



РИГЛА



KAMAZ



Avito



БИНБАНК





И другие: <http://beorg.ru/clients/>



Не приветствуется. Идеология автономного проведения исследования



Навигейт Консалтинг	Market Capital Solution
• Комплексный подход к решению задач Заказчика • Индивидуальный подход к каждому Заказчику • Объективность предоставляемых результатов • Реализация проектов при непосредственном участии Заказчика • Инновационность • Оперативность и ориентированность на результат	• Универсальность • Решение нетривиальных исследовательских задач • Индивидуальный подход • Заинтересованность в каждом • Внимательность к «мелочам» • Контроль качества по ESOMAR • Удобство связи • Приятный сайт



MegaResearch

маркетинговое агентство



<https://vk.com/megres>



<https://www.facebook.com/megaresearch/>



<https://ok.ru/group/55338034921497>



https://twitter.com/megaresearch_ru



https://www.youtube.com/channel/UCJJHt-VWy3pB_mbmFPFszYw



https://vk.com/gid_mark



<https://ok.ru/group/52698159317162>



<https://www.facebook.com/BestGidMarket>



<https://www.linkedin.com/grp/home?gid=6732401>



Контакты



ANTEMA

Телефон: + 7 (495) 724-00-09
(ежедневно с 10-00 до 20-00)

Эл. почта: info@antema.ru

Адрес: Москва, ул. Гиляровского,
д. 51

<http://www.antema.ru/contacts>

MEDIASOFT

+7 (800) 775-06-79

info@mediasoft.team

г. Ульяновск, ул. Карла
Маркса, 13А к.3, 3 этаж
г. Москва, Духовской
переулок, 17с1, офис 42А

<https://mediasoft.team>



ВЫВОДЫ

Агентство MegaResearch – лидер отрасли, подтверждением чего являются более 3,5 тыс. успешно выполненных проектов и абсолютное количество довольных заказчиков. В любом деле для подбора эффективных методов работы требуется иметь целостное.

1 место в рейтинге «ТОП-50 маркетинговых компаний России Рейтинг "Motton Pik" – 2018»



- **Агентство ГидМаркет** подготовил около тысячи маркетинговых исследований рынков и бизнес-планов.
- **ГидМаркет** – это команда настоящих профессиональных маркетологов и аналитиков.
- За весь период работы, компания успела войти в пятерку лидеров маркетинговых агентств России.
- **ГидМаркет** привлек самых крупных российских и западных компаний в разных отраслях.
- **Их главная задача** – это индивидуальный подход к каждому клиенту, что гарантирует залог успеха!



ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВЫВОоды

- 1.** Информационная сфера деятельности ведущих маркетинговых компаний страны не только соответствует современным требованиям и запросам рынка консалтинга в сфере маркетинга, но и обладает ресурсом профессиональной ориентации студентов профильной образовательной программы.
- 2.** С изменением места компании в рейтинге ресурс клиентов не терпит радикальных изменений (клиентская база стабильна), что стимулирует у обучаемых (студентов) «уверенность в завтрашнем дне», формирует ожидания востребованности на рынке первичной трудовой занятости (по специальности).
- 3.** Деятельность компаний является привлекательным рынком, на котором студенты Финуниверситета могут реализовать свой профессионально-образовательный потенциал в сфере культуры, грамотности, поведения (в т.ч. финансового).



ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

1 – 2

1. Студентам первокурсникам при построении профессионально-образовательной стратегии и выпускникам при выборе места производственной практики желательно руководствоваться результатами сравнительного анализа спектра услуг ведущих маркетинговых компаний России (ТОП – 50).
2. Председателю приёмной комиссии Финуниверситета при работе с абитуриентами уместно использовать визуализированный Отчет как учебно-методическое пособие раскрывающее перспективы обучения на факультете социологии и политологии, менеджмента и др.



ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

3 – 4

3. Организаторам проведения Дня открытых дверей для привлечения потенциальных абитуриентов (студентов) желательно использовать полученные результаты как аргументированную доказательную базу формирующую позитивную ориентацию на обучение в Финуниверситете.
4. Директору, руководству и педагогическому составу лицея Финуниверситета при подготовке и реализации мероприятий профессионально-ориентационной деятельности с школьниками представляется возможным ознакомить их с будущим рынком трудовой занятости по выбранным профильным специальностям в сфере маркетинга и маркетинговых услуг.



ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

5 – 6

5. Магистрам и аспирантам при формировании эмпирической базы для своих научных исследований в рамках подготовки по профильным образовательным программам целесообразно реализовать данный опыт сравнительного анализа как одну из форм аргументации и визуализации данных.
6. Маркетинговым агентствам (компаниям) в целях повышения эффективности предоставляемых маркетинговых услуг и своей конкурентоспособности на данном рынке уместно учитывать результаты сравнительного анализа оценки позиций компаний по **15 критериям** данной авторской методики (как дополнение к методике построения рейтинга «**Motton Pik**»)



ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

7 – 8

7. Клиентам и потенциальным клиентам маркетинговых агентств (компаний) при выборе маркетинговой компании (на основе принципа оптимальности цены и качества предоставляемых маркетинговых услуг) желательно заблаговременно ознакомиться с данным справочно-аналитическим отчетом как инструментом формирования грамотного финансово-экономического поведения (деятельности).

8. Декану ФСП и других факультетов Финуниверситета при подготовке и заключении Договора о сотрудничестве и Договора о направлении студентов (бакалавров, магистрантов, аспирантов) на производственную практику перспективно (важно) учитывать реальные и потенциальные возможности маркетинговых компаний, выявленные по 15 критериям.



ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

9 – 10

9. Преподавателям смежных учебных дисциплин, преподаваемым в Финуниверситете (маркетинг, маркетинг-менеджмент, социология маркетинга, социология рекламы и др.) желательно использовать в образовательном процессе на семинарских и практических занятиях (или факультативно) данный информационно-аналитический материал как средство повышения заинтересованности обучающихся в учебно-познавательной деятельности.

10. Маркетинговым организациям в рамках просвещения целевой аудитории как клиентов, так и потенциальных работников (из числа студенческой молодежи) целесообразно продумать вопрос о возможности реализации практики проведения семинаров и вебинаров, информационной основой которых может послужить данный авторский опыт исследовательской группы студенческого коллектива СОЦ 3-1 ФСиП Финуниверситета.

ГОТОВЫ ОТВЕТИТЬ НА ВАШИ ВОПРОСЫ!

Спасибо за внимание.

