

***Поздравляем Игоря Грошева с награждением Орденом «За заслуги в маркетинге»!!!***



***«За вклад в развитие маркетинговых инструментов»***

**Грошев Игорь** - д.э.н., профессор, член НМШ «Маркетинг взаимодействия». Под руководством профессора И.В. Грошева проведен большой объем исследований по проблемам маркетинга, бренд-менеджмента, брендинга и организационной культуры. Основные научные результаты: разработана теория системного бренд-менеджмента; представлена концепция брендинга с позиции системного видения, предусматривающая комплексный характер построения бренда; предложена модель управления человеческими ресурсами посредством использования организационной культуры; с учетом специфики российской организационной культуры разработана методология построения современной системы управления развитием культуры; показано, что организационная культура обладает управленческим потенциалом, который может использоваться в целях управления человеческими ресурсами; решены задачи описания российской организационной культуры и ее внедрения в систему российского менеджмента; созданы научно-практические инструменты по повышению эффективности механизма функционирования и инструментария управления культурой организаций в системе российского менеджмента; выявлены особенности организационно-экономической взаимосвязи культуры и эффективности функционирования организации, осуществлен сравнительный анализ существующих моделей взаимосвязи организационной культуры и результатов деятельности организации и количественно-качественных подходов к определению эффективной организационной культуры, что позволило предложить модель структурных составляющих эффективности организации; развиты положения отечественной школы менеджмента в области трансформации теории и практики управления в условиях глобализации больших пространств; разработаны теоретико-методологические положения системного брендинга; выделены и охарактеризованы специфические черты российского бренд-менеджмента; на основе комплексного подхода к изучению бренда, обоснован бренд-инструментарий маркетинговой деятельности, доказана атрибутивность любой хозяйственной системы, включенной в рыночные отношения бренд-маркетинговой технологией; на основе позиционирования брендинга территорий и персонального брендинга представлен процесс формирования уникальных брендов.

Опубликовано более 500 научных работ в ведущих научных журналах РАН, РАО, РАМН и периодических рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК РФ, включая монографии, учебники и учебные пособия, а также работы научно-методического характера. В числе публикаций 11 монографий общим объемом более 350 п.л. Написаны первые российские учебники с грифом Министерства образования и науки: «Системный бренд-менеджмент» и «Маркетинг территорий: имидж, бренд, брендинг»; во 2-м издании вышел российский учебник с грифом Министерства образования и науки «Организационная культура»; опубликовано 4 учебных пособия с грифом Министерства образования и науки. И.В. Грошеву принадлежит большой цикл научных статей маркетингу территорий и их брендированию, использованию и внедрению в процессы управления организационной культуры, использованию полученных результатов по гендерным аспектам организационного, персонального, временного и эмоционального менеджмента.

Автор и разработчик многих учебных курсов, а также программ повышения квалификации специалистов, таких, как: «Коммуникативные технологии в сфере бизнеса, политики и культуры»; «Маркетинговые исследования рынка региона»; «Брендинг, имиджелогия и менеджмент организационной культуры»; «Гендерная экономика»; «Инновационно-креативные основы дизайна и рекламы»; «Информационно-психологические технологии управления» и мн. др.

По результатам исследовательской и научной деятельности, публикационной активности Американским Библиографическим обществом в 2000-2002 годах присуждено звание «Человек тысячелетия» и «Человек года». 2002 г. – член Российской психологической ассоциации рекламных исследователей. 2003 г. – член-корреспондент Международной академии психологических наук и Балтийской педагогической академии. 2015 г. – академик Европейской Академии естественных наук. 2015 г. – член Европейской научно-промышленной палаты. Член редколлегий 13 журналов (включая иностранные), в том числе 8 журналов из перечня ВАК Главный редактор журналов: «Вестник университета», «Управление», «Психология и педагогика служебной деятельности». Заместитель главного редактора журнала «Цифровая социология». Член редколлегии журналов: «Вестник Академии Следственного комитета»; «European Social Science Journal (Европейский журнал социальных наук)»; «Маркетинг в России и за рубежом»; «Государственная служба и кадры»; «Образование. Наука. Научные кадры»; «Вестник Московского университета МВД»; «Маркетинг услуг» – журналы входят в перечень изданий ВАК. Член редколлегии международного журнала: «Мировая экономика: проблемы безопасности».

И.В. Грошевым за время научно-педагогической, практической и профессиональной деятельности подготовлено 35 докторов и кандидатов наук. Индекс Хирша – 23; число цитирований – 2792. В настоящее время И.В. Грошев член двух диссертационных советов, в том числе председатель диссертационного совета по защите кандидатских и докторских диссертаций.

Научные исследования, проводимые под руководством И.В. Грошева, постоянно поддерживаются грантами РГНФ, РНФ. Научная работа Грошева И.В. строится в тесном сотрудничестве с российскими научными институтами (Институт социологии РАН, Институт экономики РАН, Институт психологии РАН и др.). Плодотворное сотрудничество осуществляется и с зарубежными партнерами на уровне Циндаоского университета (Китай), университета штата Индиана (США), Бременского университета (Германия), Международного университета (Македония).

### **Церемония награждения состоится в 1-м квартале 2021 г., если позволит эпидемиологическая обстановка в г. Москва**

Ежегодно, начиная с 2012г., за особые заслуги в развитие маркетинга награждаются Орденским Знаком, учрежденным Советом Гильдии Маркетологов, те представители отечественной и зарубежной науки, бизнеса, практики, чей вклад в развитие методов изучения рынка и

потребительского поведения, маркетингового образования, популяризации маркетинга, маркетинговых коммуникаций, признан наиболее весомым в профессиональном сообществе.

Подробнее - <https://www.ordermarketinga.ru/>