

22 марта состоялась инициированная Гильдией Маркетологов, всероссийская научно-практическая конференция «Актуальные вопросы маркетинга в условиях неопределенности экономической ситуации», в организации которой приняли участие УН Лаборатория профессиональной подготовки РОО, кафедра маркетинга, кафедра рекламы и связей с общественностью РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Открыл конференцию, выступив с приветственным словом, руководитель научного совета НП «Гильдия Маркетологов», заведующий УН Лабораторией ПП РОО РЭУ им. Г. В. Плеханова, Никишкин Валерий Викторович. Он подчеркнул актуальность темы конференции и отметил ключевую особенность маркетинга, как научно-практического направления, призванного помогать оперативно реагировать на происходящие изменения. В связи с этим одной из задач конференции была оценка текущего уровня развития российского маркетинга, без чего невозможна успешная разработка актуальных подходов и инструментов в новых условиях.

Всего на конференции работа велась по 4м секциям:

- Секция 1 (Новые парадигмы маркетинга для предприятий, действующих в условиях риска и неопределенности), модератор Федосеева Ольга Вячеславовна (НП «Гильдия Маркетологов», Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Москва);
- Секция 2 (Трансформация поведенческих моделей в современной экономике), модераторы Карпова Светлана Васильевна (НП «Гильдия Маркетологов», Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва); Рожков Илья Вячеславович (Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва);
- Секция 3 (Цифровизация маркетинговых процессов), модераторы Красюк Ирина Анатольевна (НП «Гильдия Маркетологов», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт Петербург); Шевченко Дмитрий Анатольевич (Российский государственный социальный университет, Москва);
- Секция 4 (Маркетинг, экономика и общество: стратегии действий в условиях кризисной экономики), модератор Абаев Алан Лазаревич (НП «Гильдия Маркетологов», Российский государственный гуманитарный университет, Москва).

В конференции приняло участие 65 ученых, преподавателей российских ВУЗов, специалистов-практиков из различных областей бизнеса. Всего было представлено 24 организации из таких городов, как Москва, Санкт-Петербург, Ростов-на-Дону, Екатеринбург, Обнинск и др.

Доклады, представленные в рамках секций, были отмечены, как актуальные и инновационные, затрагивающие самые главные аспекты маркетинговых решений в условиях быстро меняющихся обстоятельств рыночной среды. Слушатели и участники благодарили организаторов конференции и выразили пожелание проводить это мероприятие в подобном формате ежегодно.

В обсуждении докладов и подведении итогов конференции активное участие принял Гвоздик Олег Александрович - исполнительный директор НП «Гильдия Маркетологов», подчеркнувший предстоящую кардинальную «перезагрузку» маркетинга и особенную необходимость делиться актуальными исследованиями, наработками и решениями.