

**Как написать эссе,
чтобы его прочитали
и оценили на**



баллов



ПРОЧИТАТЬ



ПОДУМАТЬ



НАПИСАТЬ

Где найти темы эссе?

Вот здесь <http://su0.ru/AE53>

А где требования к оформлению?

Там же <http://su0.ru/AE53>

А важно ли правильное оформление?

Да, это один из критериев оценки

А где критерии оценки?

Вы, наверное, удивитесь, но там же

<http://su0.ru/AE53>

Эссе — это:

краткий /до 1 000 слов/ прозаический текст,

отражающий авторскую позицию,

подкрепленный ссылками на

концепции

теории

факты

результаты исследований

статистику

данные бизнеса

авторские материалы и наблюдения

Используйте это как чек-лист!

Что почитать и посмотреть, чтобы начать думать?

1. О.Ойнер. Управление результативностью в маркетинге.
2. П. Фаррис и пр. Маркетинговые метрики.
3. Н. Кумар. Маркетинг как стратегия.
4. Р. Бест. Маркетинг от потребителя.
5. Ж.Ж Ламбен. Менеджмент, ориентированный на рынок.
6. “Просто маркетологи хотят казаться умнее, чем они есть”, Алексей Куличевский <https://vc.ru/p/how-to-analyze-your-marketing>
7. J. Harris. Data is Useless Without the Skills to Analyze It. <https://hbr.org/2012/09/data-is-useless-without-the-skills>
8. Аналитика и принятие решений, или зачем вам нужны странные люди, твердящие про корреляции и тренды <https://events.yandex.ru/lib/talks/818/>

АКТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К СЕРМЕНТИРОВАНИЮ

Новые критерии выделения сегментов

- Cho, M., Bonn, M.A., Brymer, R.A. (2017) A Constraint-Based Approach to Wine Tourism Market Segmentation.
- Hwang, H., Jung, T., Suh, E. (2004) An LTV model and customer segmentation based on customer value: A case study on the wireless telecommunication industry.
- Steenkamp, J.-B.E.M., Ter Hofstede (2002) International market segmentation: Issues and perspective.

God save Elsevier (Science Direct)!

Новые источники данных

Материалы Яндекс.Академии https://academy.yandex.ru/events/internet_marketing/ и Yet Another Conference Яндекса.

- Построение умных рекламных кампаний на основе данных о пользователях <https://events.yandex.ru/lib/talks/3665/>
- Гиперлокальная реклама: точно по адресу <https://events.yandex.ru/lib/talks/3469/>
- Психологические сегментации. Бывает ли у кук депрессия, а у поисковых запросов эго. <https://events.yandex.ru/lib/talks/829/>

Новые методы маркетинговых исследований и практика их применения

Тренды в отрасли

Материалы Research Expo <http://researchexpo.ru/>

Онлайн исследования

Материалы вебинаров OMI

[https://www.youtube.com/playlist?](https://www.youtube.com/playlist?list=PL-5H7fdq4aXCVUQ4_iQNw2wE6_jFvP4xo)

[list=PL-5H7fdq4aXCVUQ4_iQNw2wE6_jFvP4xo](https://www.youtube.com/playlist?list=PL-5H7fdq4aXCVUQ4_iQNw2wE6_jFvP4xo)

Междисциплинарный подход к исследованиям

Материалы Yet Another Conference Яндекса.

- Нейробиология рекламы: перспективы и ограничения <https://events.yandex.ru/lib/talks/3669/>

Использование возможностей CRM-системы для решения маркетинговых задач

Теоретические основания CRM - системы

Концепция маркетинга взаимоотношений (1991)

<https://dspace.lib.cranfield.ac.uk/bitstream/1826/621/2/SWP3191.pdf>

Маркетинговые задачи

- Gneiser, M.S. (2010) Value-Based CRM. The Interaction of the Triad of Marketing, Financial Management, and IT
- Valos, M.J., Bednall, D.H.B.(2010) The alignment of market research with business strategy and crm.

Обзор функционала

- Torggler, M. The Functionality and Usage of CRM Systems

<http://www.waset.org/publications/2036>

- сайты разработчиков и “внедренцев” <https://www.amocrm.ru/vozmozhnosti-crm/>

Особенности использования мультиканальности в маркетинге

Академические исследования

- Kusum, A., Farris, P. (2017) Managing Multi- and Omnichannel Distribution: Metrics and Research Directions.
- Mirch, T. et al. (2016) Channel Integration Towards Omni-Channel Management: A Literature Review.
- Pophal, L. (2015) Multichannel vs Omnichannel Marketing: Is there a difference and What does it mean to you?
- Shankar, V. (2014) Shopper Marketing 2.0: Opportunities and Challenges.
- Lewis, J. et al. (2014) Drivers and Technology-Related Obstacles in Moving to Multichannel Retailing.

Примеры использования

Рекомендательные системы: из онлайн в оффлайн

<https://events.yandex.ru/lib/talks/2874/>

Особенности интеграции онлайн и оффлайн коммуникаций

Академические исследования

- Ha, Maccan (2008) An integrated model of advertising clutter in offline and online media
- Prasad, N. (2009) A Hierarchical Marketing Communications Model of Online and Offline Media Synergies
- Bergmann, Bonatti (2011) Targeting in advertising markets: Implications for offline versus online media

Коммуникационные модели

<http://strategydeck.com/ru/>

Примеры использования

Анализ оффлайн конверсии

<https://events.yandex.ru/lib/talks/2878/>

Выявление паттернов потребительского поведения на основе моделей дискретного выбора

Статьи для анализа

- Estimating Discrete-Choice Models of Product Differentiation. Berry, Steven. The RAND Journal of Economics Volume: 25 Issue 2 (1994)
- Modeling Consumer Choice Among SKUs. Fader, Peter. Journal of Marketing Research Volume: 33 Issue 4 (1996)
- A Logit Model of Brand Choice Calibrated on Scanner Data. Guadagni, Peter. *Marketing Science* Volume: 27 Issue 1 (2008)
- Empirical analysis of consumer purchase behavior: interaction between state dependence and sensitivity to marketing-mix variables. Novikova, Potapov. Journal of Promotion Management. 2017 (in print)

Полевые эксперименты в маркетинге: области применения, дизайн, анализ результатов, инсайты

Статьи для анализа

- Oliver Hauser, Michael Luca (2015) How to Design (and Analyze) a Business Experiment. <https://hbr.org/2015/10/how-to-design-and-analyze-a-business-experiment>
- Handbook of Field Experiments <https://www.povertyactionlab.org/handbook-field-experiments>
- John List (2015) Field Experiments with Markets. <https://drive.google.com/file/d/0ByIRmj6t5S5tZ0RUd0o5VWdZRIU/view>
- Duncan Simester (2015) Field Experiments in Marketing. <https://drive.google.com/file/d/0ByIRmj6t5S5taFhyOUdDaG1HOEU/view>
- Gneezy A. (2017) Field Experimentation in Marketing Research <https://drive.google.com/file/d/0ByIRmj6t5S5tN0ZKX1l3d0VyZnM/view>

Статьи для анализа

- Modeling Customer Lifetime Value. Gupta, Sunil. Journal of Service Research Volume: 9 Issue 2 (2006)
- Valuing Subscription-Based Businesses Using Publicly Disclosed Customer Data. McCarthy, Daniel. Journal of Marketing Volume: 81 Issue 1 (2017)
- Analytics for Customer Engagement Bijmolt, Tammo. Journal of Service Research Volume: 13 Issue 3 (2010)
- Impact of Online Consumer Reviews on Sales: The Moderating Role of Product and Consumer Characteristics. Zhu, Feng. Journal of Marketing Volume: 74 Issue 2 (2010)

Структурное моделирование рынков: возможности моя маркетинговой аналитики

Статьи для анализа

- A Control Function Approach to Endogeneity in Consumer Choice Models. Petrin, Amil. Journal of Marketing Research Volume: 47 Issue 1 (2010)
- Estimating Discrete-Choice Models of Product Differentiation. Berry, Steven. The RAND Journal of Economics Volume: 25 Issue 2 (1994)
- Modeling Heterogeneity and State Dependence in Consumer Choice Behavior. Keane, Michael. Journal of Business & Economic Statistics Volume: 15 Issue 3 (1997)
- Why Do Manufacturers Issue Coupons? An Empirical Analysis of Breakfast Cereals. Nevo, Aviv. The RAND Journal of Economics Volume: 33 Issue 2 (2002)

Статьи для анализа

- Prediction in Marketing Using the Support Vector Machine. Cui, Dapeng. Marketing Science Volume: 24 Issue 4 (2005)
- Application of Decision-Tree Induction Techniques to Personalized Advertisements on Internet Storefronts. Kim, JW. International Journal of Electronic Commerce Volume: 5 Issue 3 (2001)
- Designing Ranking Systems for Hotels on Travel Search Engines by Mining User-Generated and Crowdsourced Content. Ghose, Anindya. Marketing Science Volume: 31 Issue 3 (2012)
- Path Data in Marketing: An Integrative Framework and Prospectus for Model Building. Hui, Sam. Marketing Science Volume: 28 Issue 2 (2009)

Где можно найти статьи?

Некоторые – просто в scholar.google.com

Те, которые мы специально подобрали для вас

На сайте <http://marketingandbigdata.com/summercamp> после

8 июня

Если вы студент НИУ ВШЭ – Пермь, то

в электронных ресурсах НИУ ВШЭ

Если нет –

Попробуйте researchgate.net, часто авторы

выкладывают тексты

Где можно найти данные?

Статистика по России и регионам: fedstat.ru, gks.ru

Мировая статистика: knoema.com

Данные компаний: spark-interfax.ru, fira.ru

Потребители: fomograph.fom.ru

Интернет: телеграм-канал [@internetanalytics](https://t.me/internetanalytics)

Где можно результаты исследований?

Взять исследования специализированных агентств,
например,

<http://www.gfk.com/ru/>

<http://www.nielsen.com/ru/ru.html>

или провести исследование самостоятельно. 17

Как не надо писать эссе: основы инфостиля

Банк "Суперкредит" является **одним из лидеров** области ипотечного кредитования. Осуществляя деятельность на территории Москвы и Московской области, мы предоставляем кредиты **на наиболее выгодных** для наших клиентов условиях. Индивидуальный подход к каждому клиенту позволяет обеспечить нам **высокий уровень** сервиса и **оптимальные процентные ставки** для наших клиентов. Наши процентные ставки – **самые выгодные** на рынке.

Заменим выделенные стоп-слова на факты

Банк "Суперкредит" выдает ипотечные кредиты по ставке от 6% до 11%. Рассчитываем индивидуальную ставку за один день. Принимаем заявки на сайте и в офисе на по адресу ул. Ленина, 40.

СТАЛО УБЕДИТЕЛЬНОЕ?

ПРАВИЛО: заменяйте определения фактами и цифрами, пишите по существу.

Подробнее - на <http://glavred.ru/>

Паразиты времени

"В настоящее время...", "сегодня", "в наши дни", "в современном мире...", "сейчас, когда..."

Зачем нужны эти слова, ведь ваш читатель и так находится в настоящем времени?

Сегодня

наблюдается

беспрецедентный

спрос на услуги по
созданию сайтов.



Спрос на услуги

по созданию

сайтов еще

никогда не был

таким высоким.

Подробнее - на <http://glavred.ru/>

ВАЖНОЕ

Обязательно перечитайте, а лучше, перепишите эссе. Лучше трижды.

Не занимайтесь плагиатом в любом его виде. Мы это чувствуем.

Пишите просто и понятно, так, чтобы нам было интересно читать.

Не забывайте, что список литературы – ваше академическое лицо. Мы на него смотрим.

Будут вопросы – обязательно пишите мне ishafraanskaya@hse.ru. Успехов!