

# **КАК НАПИСАТЬ ЭССЕ, ЧТОБЫ ЕГО ПРОЧИТАЛИ И ОЦЕНИЛИ НА 38 БАЛЛОВ**

Магистерская программа  
Smart-маркетинг: данные, аналитика, инсайты

**Где найти темы эссе?**

**Вот здесь – <http://clc.to/vkkb0A>**

**А где найти правила оформления?**

**Там же – <http://clc.to/vkkb0A>**

**А правильное оформление и ссылки важны?**

**Да, потому что подбор литературы – это параметр качества эссе. А оформление – отдельный критерий оценки**

**А где критерии оценки?**

**Вы наверное удивитесь, но там же – <http://clc.to/vkkb0A>**

# Чек – лист эссе:

- это краткий (до 1 000 слов) прозаический текст на русском языке, который
  - отражает авторскую позицию
  - подкреплён ссылками на
    - теории
    - концепции
    - факты
    - результаты исследований
    - статистику
    - данные бизнеса
    - авторские материалы и наблюдения

**Проверьте, все ли элементы вы учли**

# Хотите писать – начните читать и смотреть!

1. Роджер Бест. Маркетинг от потребителя
2. Жан-Жак Ламбен. Менеджмент, ориентированный на рынок.
3. Пол Фаррис. Маркетинговые метрики.
4. Марк Джеффри. Маркетинг, основанный на данных.
5. Ольга Ойнер. Управление результативностью в маркетинге.
6. Просто маркетологи хотят казаться умнее, чем они есть”, Алексей Куличевский <https://vc.ru/p/how-to-analyze-yourmarketing>
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/>

# ТЕМЫ ЭССЕ

1. Маркетинговые исследования в цифровой среде.
2. Актуальные подходы к сегментированию.
3. Позиционирование как элемент маркетинговой стратегии.
4. Полевые эксперименты в маркетинге: области применения, дизайн, анализ результатов, инсайты.
5. Выявление паттернов потребительского поведения на основе моделей дискретного выбора.
6. Особенности реализации омниканального маркетинга.
7. Маркетинговая аналитика и вероятностные модели.
8. Особенности интеграции онлайн и оффлайн коммуникаций в маркетинге.
9. Методы машинного обучения в маркетинге: области применения, основные алгоритмы, полученные результаты.
10. Структурное моделирование рынков: возможности для маркетинговой аналитики

# №1 Маркетинговые исследования в цифровой среде

## 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://](https://events.yandex.ru/lib/talks/3669/)

[events.yandex.ru/lib/talks/3669/](https://events.yandex.ru/lib/talks/3669/)

# №2 Актуальные подходы к сегментированию

## 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.

## Новые источники данных

Материалы Яндекс.Академии [https://academy.yandex.ru/events/internet\\_marketing/](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/>

# №4 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/0ByIRmj6t5S5tN0ZKX1I3d0VyZnM/view>



# №5 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

# №6 Особенности реализации омниканального маркетинга

## 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/>

# №7 Маркетинговая аналитика и вероятностные модели

## 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)

# №8 Особенности интеграции онлайн и оффлайн коммуникаций в маркетинге

## 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/>

# №9 Методы машинного обучения в маркетинге: области применения, основные алгоритмы, полученные результаты

## 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)

# №10 Структурное моделирование рынков: ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ 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)

# Где найти статьи?

Некоторые – в [scholar.google.com](https://scholar.google.com)

Те, которые мы специально подобрали для вас

На сайте <https://perm.hse.ru/analyticscamp/> уже завтра

Если вы студент НИУ ВШЭ – Пермь, то

в электронных ресурсах НИУ ВШЭ

Если нет –

попробуйте [researchgate.net](https://researchgate.net), там часто авторы  
выкладывают тексты

**НУ И НЕМНОЖКО**

**МАРКЕТИНГА**

**9 - 15 ИЮЛЯ**

<https://hsepermmarketing.timepad.ru/event/738640/>

летняя школа - хакатон

**Customer Analytics  
Summer Camp**





летняя школа - хакатон

# Customer Analytics Summer Camp

9 - 15 июля

[https://  
hsepermmarketing.timepad.ru  
/event/738640/](https://hsepermmarketing.timepad.ru/event/738640/)