



Українська Асоціація Маркетингу

газета

МАРКЕТИНГ

Березень - 2014

Електронне видання Української Асоціації Маркетингу

Читайте в номері:

Об этике исследований.....	2
56,5% опрошенных компанией TNS украинцев считают ситуацию в стране взрывоопасной.....	4
Споживчі настрої в Україні, лютий 2014: погіршення на 7,9 п. до 64,6.....	7
Наші герої.....	10
Если хочешь познать таинства создания лекарств – поступай в НФаУ.....	11
Форумы, конференции и профессиональные тренинги Украинской Ассоциации Маркетинга.....	12

Уважаемые коллеги!

Мы продолжаем тему «Исследования во время агрессии» или «Этика исследований». Этому посвящены наши заседания Клуба директоров исследовательских компаний. И самый важный вывод – мы чувствуем плечо друг друга. В единстве - сила.

В этом месяце мы также оформили свое партнерство с другими профессиональными организациями, создав Альянс профессиональных ассоциаций Украины. Это неформальное объединение на основе горизонтальных связей, целью которого является объединение усилий для совместного решения важных вопросов, в частности таких как: изменения законодательства, регулирующего деятельность общественных организаций; повышения ответственности и эффективности Общественных советов всех уровней и сфер деятельности; реформирование системы налогообложения; реформирование системы образования; реформирование правоохранительной системы.

На первоначальном этапе в Альянс вошли 21 организация.

Итак, читайте....

Ирина Лылык, генеральный директор УАМ
Мария Струпова, выпускающий редактор

ЄДИНА КРАЇНА

ЕДИНАЯ СТРАНА

Об этике исследований

В связи с последними событиями между Украиной и Российской Федерацией, МИДа России через исследовательские российские компании подготовили запрос украинским компаниям по проведению полевых исследований.

Это политико-социологический опрос, целью которого является выяснение уровня поддержки и степени ознакомления с агитационными материалами населения Украины. В анкетах проводится опрос населения по вопросам пророссийской позиции.

Члены Украинской Ассоциации Маркетинга высказывают свою позицию относительно запросов проведения полевых исследований, которые поступают от МИДа России через исследовательские российские компании.

Украинская Ассоциация Маркетинга: Мы просим наших членов воздержаться от участия в таких исследованиях, поскольку мы не уверены в корректности интерпретации и использования полученных результатов.

В сложившейся на сегодня ситуации подобные исследования могут стать инструментом для усиления информационной войны.

В такой ситуации анкеты не могут основываться на фидуции (договор, сделка, основанные на доверии), примером таких исследований могут быть результаты проводных украинских компаний, таких как ESOMAR, GfK Ukraine, TNS в Украине и другие.

Компании, которые поддерживают еди-

ную проукраинскую позицию и обращение Украинской Ассоциации Маркетинга: iVOX Ukraine, "New Image MG", "СОЦИОПОЛИС:Social,Political & Market Research", Agency of Industrial Marketing, Українська Рейтингова Агенція, Международная Маркетинговая Группа Украина, IPSOS Україна, группа компаний Advanter Group.

“При получении этого запроса, iVOX Ukraine, безусловно, откажется. InMind и Ассоциация, позвольте засвидетельствовать вам наше уважение за этот поступок”.

Тимофей Замурий, iVOX Ukraine

Поддерживаем бойкот. Мы также получили данный запрос. Мы не отправляли и не будем отправлять ответ на данный запрос.

Спасибо всем за единую проукраинскую позицию.

Синаюк Олег. Директор "New Image MG"

Мы не отвечали на данный запрос.

Полностью поддерживаем позицию Украинской Ассоциации Маркетинга!

Панченко Сергей, директор "СОЦИОПОЛИС:Social,Political & Market Research"

Шановні колеги!

Я повністю підтримую звернення УАМ та клубу директорів УАМ. Вважаю, що даний запит на проведення дослідження спрямований, передусім, на розпалювання сепаратистських настроїв в Україні та на загострення політичної ситуації в нашій країні. Пропоную бойкотувати проведення таких досліджень.

Т. О. Примак, Директор Української Рейтингової Агенції

Дорогие коллеги!

Конечно, мы отказались от проведения этого исследования и поддерживаем общую позицию.

Есть несколько соображений.

1. О причинах бойкота необходимо объявить публично (пресс-конференция).

Написать официальные письма от УАМ в РАМ, Гильдию маркетологов России и др. организации. Доброжелательные и обстоятельные.

Пресс-конференцию мы можем организовать на базе антикризисного центра на Майдане, в пресс-центре Кола Народного Доверия или в Укринформе силами министерства правды.

2. Сообщить в МИД РФ о нашей консолидированной готовности провести исследования по интересующим их задачам (поисковым вопросам, а не анкете) без оплаты с их стороны, с публичным освещением результатов исследований.

(В противном случае, хорошо знаю ситуацию там, берусь утверждать, что исследование будет проведено ими самостоятельно в формате крымского референдума).

Пользуясь случаем, хочу сообщить следующее.

1. Запущен экспертный проект по формированию видения Украины. (Фейсбук, страница: Візійний проект «Нова Країна»). Уже 1800 экспертов в нем участвует и, конечно, работа будет неполноценной без вашего участия. Кто заинтересуется и готов будет выделить время в ближайшую неделю – будет здорово, если вы подключитесь.

2. Идет процесс формирования единой гражданской платформы (институционализация Гражданского общества). Мы нашим исследовательским сообществом показали отличный пример, как можно объединяться. Теперь то же происходит на уровне нескольких сотен общественных организаций, ассоциаций, движений, активистов, бизнес-групп.

Если будут интересны подробности – с радостью отвечу.

В любом случае в таком единении маркетинговое-социологическое сообщество сыграет

важнейшую роль. Андрей Длигач, Генеральный директор, группа компаний

**Advanter Group
ГОШ, «Нова Країна»**

56,5% опрошенных компанией TNS украинцев считают ситуацию в стране взрывоопасной

Компания TNS в Украине по собственной инициативе запускает еженедельный опрос касательно ситуации в Украине. Согласно результатам опроса среди украинцев в возрасте 18-55 лет в городах с населением 50 тыс. и больше проведенного в Интернете, с 1 по 8 марта 2014 года, больше половины респондентов (56,5%) назвали политическую ситуацию в Украине взрывоопасной.

В рамках опроса компания TNS задала следующие вопросы:

«Можно ли говорить о том, что все события, которые происходят в нашей стране в последнее время, являются проявлением желания людей жить в демократичном обществе?»

58,7% ответили положительно, 34,7% сказали «нет». Остальные – 6,6% сомневались в ответе.

Респонденты также оценивали некоторые вопросы за десятибалльной шкалой. Насколько важно Вам жить в стране с демократической формой правления? – 8,8 (средний балл)

В целом, насколько демократичной страной Вы считаете Украину? – 4,2 (средний балл)

Насколько Вы удовлетворены тем как работает (действует) демократия в Украине? – 3,6

На вопрос **«Как Вы оцениваете нынешнюю политическую ситуацию в**

Украине?», более половины респондентов (56,5%) назвали ситуацию взрывоопасной. 36,3% - напряженной, 6,6% - неопределенной.

65,7% опрошенных считают то, что произошло в стране, революцией. 26,5% назвать это революцией не могут. 7,8% сомневаются в ответе.

На вопрос: **«Как долго, по Вашему мнению, люди должны оставаться на Майдане?»** большинство (43,8%) ответили, что нужно стоять до тех пор, пока люди не поймут, что новая власть в стране правильно понимает поставленные перед ними задания. 28,9% считают, что Майдан должен разойтись полностью. 14,3% - считают целесообразным, чтоб Майдан был до момента, пока не будут наказаны все виновники использования силы против митингующих. 12,5% считают, что Майдан должен разойтись и снова собраться только при острой необходимости, а 11,4% - что он должен стоять до досрочных президентских выборов.

Полную неудовлетворенность событиями, которые произошли в стране за последнее время, высказали 35,7% опрошенных. В одинаковой мере как удовлетворенными, так и неудовлетворенными осталось 22,5%, а 19,8% ответили, что скорее удовлетворены, нежели наоборот. В основном не удовлетворены – 12,0%, полностью удовлетворены – 5,5%.

Среди вопросов также был такой: **«Как Вы оцениваете степень Вашего личного участия в акциях протеста на поддержку власти Президента В. Януковича?»**. 23,2% ответили, что не принимали участие, но поддерживали мо-

рально. Личное участие в мероприятиях подтвердило 5,2% опрошенных, а 1,8% лично не принимали, но поддерживали материально.

Касаемо степени личного участия в акциях протеста против власти Президента В. Януковича, то 34,6% отметили, что участия не принимали, но поддерживали морально, при этом 12,6% подчеркнули личное участие в мероприятиях. 4,7% поддержали только материально.

На вопрос «**Можно ли назвать то, что произошло в стране, революцией?**» позитивный ответ дали 65,7%, нет – 26,5%. 7,8% сомневались в ответе.

На вопрос о будущем Украины, а именно «**Как, по Вашему мнению, будут развиваться дальнейшие события в Украине?**», 36,8% верят в осуществление ряда шагов по нормализации ситуации в стране, а 36,2% - в досрочные выборы Президента. Разделение страны на части предсказывает 31,4% респондентов, а 23,3% ожидают выборы в парламент. Подписание соглашения об ассоциации ЕС как перспективу развития видит 21,5%. Скептически настроенных респондентов, которые не верят, что что-то будет сделано – 8,8%.

Как считает 43,4% опрошенных, причиной новых активных акций протеста на Майдане и в других городах Украины может стать не эф-

фективная деятельность нового правительства и исполняющего обязанности Президента А.Турчинова. Причину в напряженной ситуации в стране видит 42,7%, а 36,3% - если активисты не поймут, что действия власти не направлены на удовлетворение интересов всего народа.

В отношении решений Верховной Рады, принятых за последнюю неделю, преобладает ответ респондентов «я поддерживаю не все решения» (37,8%). Полностью поддерживают – 16,8%, совсем не поддерживают – 16,2%, большинство решений не поддерживают – 13,7%. 8,9% не определились с ответом.

Ответы на вопрос касательно избрания Главной Верховной Рады А.Турчинова разделились следующим образом: 28,5% отнесли нейтрально, 22,7% - совершенно негативно, 19,0% - в основном позитивно, 12,3% - позитивно, а 11,2% - в основном негативно.

31,5% респондентов утверждают, что Президент должен быть главой правительства и брать на себя всю полноту ответственности за внутреннюю и внешнюю политику. Приверженность французской политической схеме, при которой Президент должен разделять власть с премьер-министром, который утверждается парламентом, высказали 26,6%. За ограничение

Кому сегодня в Украине служат:

	Прокуратура	Милиция	СБУ	Суды
Гражданам Украины	6,2%	11,2%	6,8%	5,5%
Руководителям органов власти	30,1%	30,1%	26,8%	23,4%
Народным депутатам Украины	17,7%	14,4%	17,2%	15,5%
Президенту Украины	17,1%	14,6%	25,1%	17,0%
Кому-угодно, кто заплатит	55,4%	55,3%	33,3%	65,2%
Никому, кроме себя	12,8%	13,5%	12,8%	12,0%
Другим	2,4%	2,9%	3,8%	2,9%
Трудно сказать	12,3%	12,2%	20,3%	12,9%

Кроме того, абсолютное большинство респондентов указали, что вышеуказанные органы должны служить гражданам Украины:

Прокуратура	89,2%
Милиція	91,7%
СБУ	82,0%
Суды	91,0%

властных полномочий премьер-министра и его функцию как «символа нации» высказалось 24,5%.

На вопрос «**Кому сегодня служит прокуратура?**» большинство (55,4%) ответили «кому-угодно, кто заплатит». 30,1% - руководителям органов власти, 17,7% - Народным депутатам Украины, 17,1% - Президенту Украины. В то, что прокуратура не служит никому, кроме себя, верит 12,8% и только 6,8% верят, что она служит гражданам Украины. 2,4% выбрали вариант «другим».

Касаемо милиции, то 55,3% снова выбрали пункт «кому-угодно, кто заплатит». 30,1% - руководителям органов власти, 14,6% - Президенту Украины, 14,4% - Народным депутатам Украины. 13,5% респондентов ответили, что милиция не служит никому, кроме себя. Доверие, что она служит гражданам Украины, высказали 11,2%. 2,9% выбрали вариант «другим».

Аналогичный вопрос был задан и по отношению к деятельности СБУ, где соответственно вариант «кому-угодно, кто заплатит» выбрали 33,3% респондентов. 26,8% - руководителям органов власти, 25,1% - Президенту Украины, 17,2% - Народным депутатам Украины. То, что никому, кроме себя, выбрали – 12,8%, а веру в преданность гражданам Украины высказало 6,8%. 3,8% выбрали вариант «другим».

Также анализировалось отношение респондентов к судам. Абсолютное большинство (65,2%), как и в предыдущих вопросах, ответили

«кому-угодно, кто заплатит». 23,4% - руководителям органов власти, 17,0% - Президенту Украины, 15,5% - Народным депутатам Украины, никому, кроме себя, - 12,0%. В том, что суды служат гражданам Украины убеждены только 5,5%.

Также респонденты ответили на следующий вопрос: «Если бы досрочные выборы в Верховную Раду состоялись в ближайшее воскресенье, лично Вы приняли бы участие в них?». Большинство (63,2%) с решительной уверенностью ответили позитивно. Склонность к позитивному ответу высказали 20,5% опрошенных. Совершенно негативно ответили 8,2%, а 4,5% выбрали «скорее, нет». 3,6% сомневались в ответе.

Выборка репрезентативная по регионам и половозрастной структуре для городов 50 тыс.+ . Выборочная совокупность - 1008 респондентов. Исследование проводилось в Интернете среди пользователей 18-55 лет.

В дальнейшем компания будет проводить подобное исследование регулярно, каждую неделю.

TNS в Украине – это представитель мирового лидера в сфере маркетинговых исследований «на заказ» - компании TNS. Украина является одной из 80 стран, где работает TNS, оказывая услуги на наивысшем профессиональном уровне. С осени 2008 года TNS входит в состав Kantar Group, исследовательского подразделения мирового рекламно-коммуникационного холдинга WPP.

TNS в Украине является экспертом в таких сферах: медиа исследования; исследования новых продуктов и инноваций; исследования бренда и коммуникаций, имиджа марок компаний; исследования розничной торговли, поведения и мотивации покупателей; Stakeholder Management; проведение качественных исследований.

Споживчі настрої в Україні, лютий 2014: погіршення на 7,9 п. до 64,6

Київ, 20 березня 2014 року – У лютому 2014 року продовжилося погіршення споживчих настроїв українців. Індекс споживчих настроїв (ІСН) дорівнює 64,6, що на 7,9 пункту менше, ніж у січні. Це найнижчий рівень ІСН з березня 2011 року. Водночас, відносна динаміка окремих індексів в лютому була нетиповою. Про це свідчать дані дослідження споживчих настроїв в Україні, яке щомісяця здійснює GfK Ukraine.

У лютому 2014 року індекс споживчих настроїв (ІСН) погіршився на 7,9 пункту до значення 64,6.

Оцінка поточного становища погіршилася на 10,5 пункту та дорівнює 63,7.

Складові цього індексу змінилися наступним чином:

- індекс поточного особистого матеріального становища (x1) дорівнює 65,3, що на 8 пунктів гірше січневого значення;
- індекс доцільності робити великі покупки (x5) втратив відразу 13 пунктів та дорівнює 62,1.

Очікування щодо розвитку економіки країни погіршилися на 6,1 пункту та дорівнюють 65,2.

Складові цього індексу змінилися наступним чином:

- індекс очікуваних змін особистого матеріального становища (x2) становить 70,9, що на 7,1 пункту гірше січневого показника;
- індекс очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчого року (x3) впав на 13,2 пункту до значення 52,7;
- очікування розвитку економіки країни впродовж найближчих п'яти років (x4) покращилися на 1,9 пункту до значення 72.

У лютому погіршилися очікування українців щодо динаміки безробіття: відповідний індекс дорівнює 140,3, що на 2,9 пункту більше, ніж у січні. Погіршилися інфляційні очікування: відповідний індекс дорівнює 182,5, що на 2,3 пункту більше січневого показника. Одночасно українці продовжують очікувати на погіршення курсу гривні впродовж найближчих трьох місяців: індекс де-

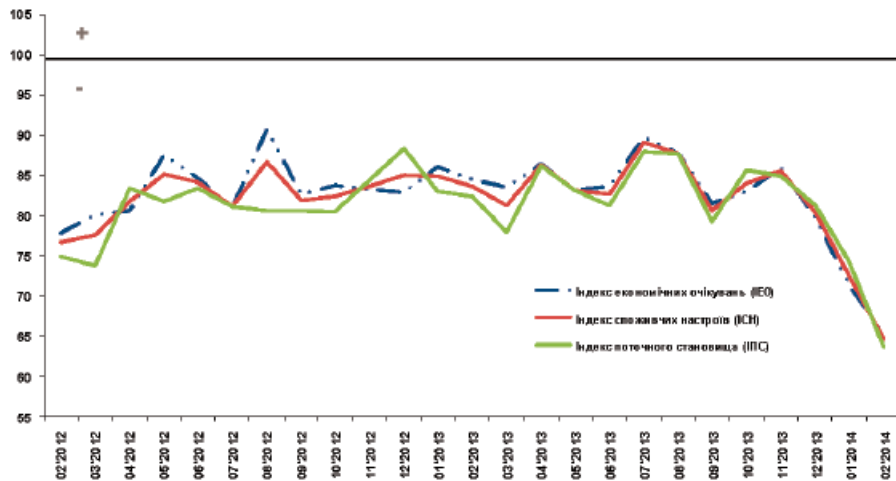
вальваційних очікувань додав 2,9 пункту до значення 151,6.

У лютому було зафіксовано такі ключові тенденції:

- ◆ У лютому індекс споживчих настроїв (ІСН) в Україні передбачувано знизився на 7,9 п. до 64,6. Це є найнижчим рівнем з березня 2011 року, коли песимістичні настрої визначалися високими темпами інфляції. Водночас, відносна динаміка окремих індексів в лютому була нетиповою. З одного боку, на фоні падіння на 13 п. індексу очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчого року (x3) так само знизився і індекс доцільності робити великі покупки (x5). При цьому індекс очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчих п'яти років (x4) зріс на 2 п. Погіршення індексів очікуваної динаміки безробіття, девальваційних та інфляційних очікувань було невеликим в межах 2-3 п., завдяки чому індекс очікуваних змін особистого матеріального становища (x2) впав на помірні в таких умовах 7 пунктів.
- ◆ Динаміка споживчих настроїв в лютому була прямо пов'язана з віком. Споживчі настрої респондентів у віці 15-30 років не змінилися, але індекс очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчих п'яти років в цієї вікової групи зріс на 11 пунктів. Водночас, в групі 31-45 років ІСН впав на 10 пунктів, а у респондентів у віці 46-59 років – на 16 пунктів.
- ◆ В регіональному розрізі виражену динаміку показали Захід і Центр, де споживчі настрої поліпшилися, та Схід і Південь, де вони суттєво погіршилися. Відповідно до рівня урбанізації в різних регіонах, це віддзеркалилося і в динаміці за типом населеного пункту – ІСН зріс у селах, але знизився в містах з населенням понад 100 тис. осіб.



Індекс споживчих настроїв в Україні



Динаміка індексу споживчих настроїв в Україні

Місяць, рік	Індекс споживчих настроїв (ІСН)	Індекс поточного становища (ІПС)	Індекс економічних очікувань (ІЕО)	Індекс інфляційних очікувань (ІІО)	Індекс очікувань щодо динаміки безробіття (ІОДБ)	Індекс девальваційних очікувань (ІДО)
02'14	64,6	63,7	65,2	182,5	140,3	151,6
01'14	72,5	74,3	71,3	180,2	137,4	148,7
02'13	83,7	82,4	84,5	179,9	136,3	135

«Зміна влади в Україні в результаті силового протистояння очікувано призвела до погіршення споживчих настроїв. Воно особливо сильно позначиться на попиті на товари тривалого користування найближчими місяцями. Водночас, багатьом

громадянам ця зміна дала надії на краще майбутнє після нинішнього складного періоду, що дозволяє очікувати на поліпшення споживчих настроїв після стабілізації ситуації», – коментують аналітики GfK Ukraine.

Інформація про дослідження

Дослідження споживчих настроїв в Україні проводиться з червня 2000 року. З січня 2009 року дослідження споживчих настроїв проводиться щомісяця.

Індекс споживчих настроїв в Україні визначають на підставі вибіркового обстеження домашніх господарств країни. Під час дослідження опитують 1 000 осіб віком від 15 до 59 років. Населення віком 15–59 років, яке становить 61,3% усього населення України, вважають найактивнішою частиною споживачів. Вибірка репрезентативна за статтю та віком, враховує міське та сільське населення й величину населеного пункту. Статистичне відхилення не перевищує 3,2%. Полевий етап лютневої хвилі проводився протягом 12-26 лютого 2014 року.

Для визначення ІСН респондентам задають такі запитання:

1. Як змінилося матеріальне становище вашої сім'ї за останні шість місяців?
2. Як, на вашу думку, зміниться матеріальне становище вашої сім'ї впродовж наступних шести місяців?

3. Говорячи про економічну ситуацію в країні загалом, ви вважаєте, що наступні дванадцять місяців будуть для економіки країни сприятливим чи несприятливим часом?

4. Як ви охарактеризували б наступні п'ять років – як сприятливий чи несприятливий час для економіки країни?

5. Як ви гадаєте, тепер загалом сприятливий чи несприятливий час робити великі покупки для дому?

За кожним із цих запитань визначають відповідний індекс:

- індекс поточного особистого матеріального становища (x1);
- індекс очікуваних змін особистого матеріального становища (x2);
- індекс очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчого року (x3);
- індекс очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчих п'яти років (x4);
- індекс доцільності робити великі покупки (x5).

Значення індексу обчислюють таким способом: від частки позитивних відповідей віднімають частку негативних і до цієї різниці додають 100, щоб уникнути появи від'ємних величин. На підставі цих п'яти індексів визначають три сукупні індекси:

- індекс споживчих настроїв (ІСН) – середнє арифметичне індексів x1–x5;
- індекс поточного становища (ІПС) – середнє арифметичне індексів x1 і x5;
- індекс економічних очікувань (ІЕО) – середнє арифметичне індексів x2, x3, x4.

Значення індексів можуть змінюватися в межах від 0 до 200. Значення дорівнює 200 в тому разі, якщо всі громадяни позитивно оцінюють економічну ситуацію. Індекс дорівнює 100 тоді, коли частки позитивних і негативних оцінок однакові. Значення індексу менше 100 означає, що в суспільстві переважають негативні оцінки.

Для визначення індексу очікуваної динаміки безробіття (ІОДБ), індексу інфляційних очікувань (ІІО) та індексу девальваційних очікувань (ІДО) респондентам задають такі запитання:

1. Як ви вважаєте, упродовж найближчих дванадцяти місяців безробітних (людей, які не мають роботи й шукають її) буде більше, приблизно стільки само чи менше, аніж тепер?

2. Як, на вашу думку, змінюватимуться ціни на основні споживчі товари та послуги впродовж найближчих одного–двох місяців?

3. Як, на вашу думку, зміниться курс долара по відношенню до гривні впродовж найближчих трьох місяців?

Значення ІОДБ, ІІО та ІДО обчислюють таким способом: від частки відповідей, що свідчать про зростання безробіття (інфляції, девальвації), віднімають частку відповідей, що свідчать про зменшення безробіття (інфляції, девальвації), і до цієї різниці додають 100, щоб уникнути появи від'ємних величин. Значення цих індексів можуть змінюватися в межах від 0 до 200. Наприклад, значення індексу дорівнює 200, якщо всі громадяни передбачають зростання безробіття (інфляції, девальвації).

Про GfK Ukraine

GfK Ukraine – українська дослідницька компанія, яка пропонує повний перелік послуг з опитувань та досліджень ринків в Україні, Молдові та Білорусі. GfK Ukraine входить до міжнародної дослідницької мережі GfK. Для отримання більш детальної інформації, звертайтеся, будь ласка, до www.gfk.ua чи слідкуйте за нашими новинами у Twitter: [www.twitter.com/gfk_ua](https://twitter.com/gfk_ua).

Про GfK

GfK є надійним джерелом достовірної інформації про ринки та споживачів, що допомагає клієнтам приймати розумні рішення. Понад 13 тисяч експертів з мар-

кетингових досліджень поєднують власну пристрасть до роботи та 80-річний досвід GfK у сфері аналітики. Завдяки цьому GfK вдало поєднує розуміння глобальних ринків із знанням про локальні особливості понад 100 країн світу. Використовуючи новітні технології та аналітичні методи, GfK перетворює великі масиви даних на розумні рішення та тим самим допомагає своїм клієнтам підвищувати конкурентоздатність та покращувати досвід та вибір споживачів.

Для отримання більш детальної інформації просимо відвідати наш веб-сайт www.gfk.com або стежити за новинами на Twitter: https://twitter.com/GfK_en.

**Всеукраїнська громадська організація
«Українська асоціація маркетингу»
звертається до колег з проханням підтримати
нашого члена**



Філолог за освітою, а нині керівник дослідницької агенції 38-річний киянин Іван Любарський має вогнепальне поранення легені і наскрізне поранення ноги світло-шумовою гранатою. Це сталося у ніч із 18 на 19 лютого.

«Ми тоді потрапили в засідку, – каже він. – Я знаю, що в тому самому місці тієї самої ночі загинули щонайменше дві людини. Це було під главком міліції.»

Хто стріляв? Це були якісь люди, перевдягнуті під Самооборону, але напевно не Самооборона, тому що вони стріляли зразу, без будь-яких попереджувальних фраз, зразу кидали гранати і стріляли з автоматичної зброї».

Іван Любарський був серед 27 поранених українців, які проходили лікування у Чехії і були відібрані чеськими фахівцями як найважчі поранені.

Для тих, хто зможе допомогти:

Для фізичних осіб

Карточка ПритБанк 5457 0829 0166 5294 Любарська Джемма Михайлівна. Карточка дійсна до 08/16.

Для юридичних осіб:

Всеукраїнська громадська організація «Українська асоціація маркетингу»,
розрахунковий рахунок 26006040084700 в АТ «Укрсиббанк» в м. Харкові МФО 351005
код ЄДРПОУ 21708654 Неприбуткова організація з кодом 006.
Призначення платежу: БЕЗПОВОРОТНА ФІНАНСОВА ДОПОМОГА

Дякуємо всім, хто висловив бажання допомогти.

З повагою

Ірина Лилик

Генеральний директор УАМ

0677758561

umaukr@mail.ru



**НАЦИОНАЛЬНЫЙ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**
**ЕСЛИ ХОЧЕШЬ ПОЗНАТЬ ТАИНСТВА
СОЗДАНИЯ ЛЕКАРСТВ – ПОСТУПАЙ В
НФаУ**



НФаУ имеет лицензию (лицензия МОН Украины серия АЕ № 285157 от 18.11.2013) на подготовку по специальности "Маркетинг" на уровень бакалавра, специалиста и магистра на дневную, вечернюю и заочную формы обучения, а также на предоставление второго высшего образования на базе фармацевтического или медицинского. Подготовка специалистов осуществляется с 1996 г. Стоимость обучения составляет 400 грн. в месяц.

СПЕЦИАЛЬНОСТЬ «МАРКЕТИНГ» СТАНОВИТСЯ ЛИДЕРОМ ПРОФЕССИЙ!

В Украине процент вакансий, которые могут занимать маркетологи в организациях фармынка, – более 60 %. **МАРКЕТОЛОГ** – это тот, кто регулярно исследует и изучает рынок, анализирует спрос на товар, планирует ассортимент, определяет объем продукции и цены на нее, отслеживает конкурентную среду, разрабатывает стратегии для продвижения продукта, разрабатывает бизнес-планы и предлагает наиболее выгодные варианты вложения денег.

Маркетолог – выпускник НФаУ получает знания, соответствующие государственным образовательным стандартам по специальности «Маркетинг» и изучает специфику фармацевтической отрасли. Также студенты имеют возможность заниматься на военной кафедре и получить звание младшего лейтенанта по 20 специальностям.

К основополагающим дисциплинам, которые изучают будущие маркетологи, принадлежат менеджмент, маркетинг, маркетинговые исследования, маркетинговая товарная политика, товарная инновационная политика, стратегический маркетинг, маркетинговый менеджмент, изучение поведения потребителя, интегрированные маркетинговые коммуникации, управления брендом и др.

НФаУ дает возможность получить не только классическое экономическое образование, но и изучить фармацевтическую отрасль за счет введения в структуру учебного плана специализированных фармацевтических дисциплин таких, как фармакоэкономика, организация фармацевтической отрасли, фармакология.

Примеры должностей, которые уже занимают выпускники НФаУ – маркетологи:

- ◆ региональный менеджер представительства зарубежной фармацевтической фирмы;
- ◆ фармацевтические (торговые) представители отечественных и зарубежных фирм;
- ◆ специалисты по методам расширения рынков сбыта (маркетологи) в различных отраслях и др.

Уникальная возможность получить второе высшее образование по специальности "Маркетинг" заочно на базе медицинского и фармацевтического образования

<i>Полученный образовательно-квалификационный уровень (имеющееся образование)</i>	Образовательно-квалификационный уровень	Срок обучения	Ориентировочная стоимость обучения (грн/год)
Специалист по специальности отраслей знаний «Медицина», «Фармация»	Бакалавр по маркетингу	1 год 4 мес	4700
Бакалавр по маркетингу	Магистр	2 года	5600

За справками и расширенной информацией обращайтесь по адресу:

г. Харьков, ул. Пушкинская, 53. тел. (057) 706-30-68 (приемная комиссия)

e-mail: abitur@ukrfa.kharkov.ua web: www.nuph.edu.ua

г. Харьков, ул. Блюхера, 4 (ст. м. Студенческая) тел. (057) 67-91-72

(кафедра менеджмента и маркетинга в фармации)

e-mail: mmf.nfau@mail.ru web: www.mmf.nuph.edu.ua

ФОРУМ, КОНФЕРЕНЦІЇ І ПРОФЕСІОНАЛЬНІ ТРЕНІНГІ УКРАЇНСЬКОЇ АСОЦІАЦІЇ МАРКЕТИНГУ

Продолжаются занятия на Высших курсах по маркетингу и продажам для специалистов автобизнеса

<http://www.uam.in.ua/rus/certification-i-treningi/timetable/trainings/1083/>

Следующее занятие 12 апреля. 10.00

Продолжаются занятия в школе модераторов.

Учебные фокус группы пройдут 5 апреля

Заседание Клуба директоров исследовательских компаний 4 апреля в 16.00

12-13 апреля SPSS

15 мая 2014 Всеукраинский форум «Дни интернет-маркетинга» 2014

<http://imdays.com.ua/2014/>

16 мая 2014 Міжвузівська наукова студентська конференція

«Молодеж осваивает маркетинг»

I Международная научно-практическая конференция

«Маркетинг и цифровые технологии» 29-30 мая 2014 г, Одесса,

<http://beiti.opu.ua/chairs/km>

11 травня - 17 травня 2014 р. III Міжнародній науково-практичній конференції викладачів, аспірантів, студентів «Україна – Чорногорія: економічна трансформація та перспективи міжнародної співпраці» conferens_budva@list.ru

Над газетой работали:

Директор проекта:

Лылык Ирина Викторовна

Выпускающие редактора: **Мария**

Струпова

Дизайн и вёрстка: **Анна Гаращук**

Адрес редакции: г.Киев, ул.Генерала

Тупикова 11а, Украина, 03058



Распространение: электронная рассылка по подписке.

Тираж: 3000 электронных адресов

По вопросам получения издания, размещения информационных материалов и рекламы в Маркетинг Газете обращайтесь в Редакцию.

Ответственность за рекламные материалы несут рекламодатели.