

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ВЫСШАЯ ШКОЛА МЕНЕДЖМЕНТА

МАРКЕТИНГ

Кейсы
из коллекции ВШМ СПбГУ

Издательство Высшей школы менеджмента

2008

ББК 65.050.2
С83

Рецензенты: д-р экон. наук, проф. **М. Ю. Шерешева** (ГУ–ВШЭ);
О. М. Боков (генеральный директор филиала
ООО «Объединенные пивоварни “Хейнекен”»)

*Печатается по постановлению
редакционно-издательского совета
Санкт-Петербургского государственного университета*

Маркетинг: кейсы из коллекции ВШМ СПбГУ/ Под ред.
И. В. Гладких. Высшая школа менеджмента СПбГУ. — СПб.:
Изд-во «Высшая школа менеджмента»; Издат. дом С.-Петерб.
гос. ун-та, 2008. — 340 с.

ISBN 978-5-9924-0002-1

В сборник включены шестнадцать учебных кейсов, разработанных преподавателями Высшей школы менеджмента СПбГУ в 2006 г. Кейсы предназначены для использования в качестве учебно-методического материала при проведении семинарских занятий по маркетингу, а также для индивидуальной работы по развитию навыков подготовки и принятия управленческих решений. Сборник объединяет кейсы разного формата и разного стиля. В него включены полноформатные кейсы, созданные на основе исследований, выполненных авторами непосредственно в компаниях, кейсы, разработанные путем обобщения консалтингового опыта, и кейсы, написанные по вторичной информации. Все кейсы основаны на реальных событиях.

Сборник предназначен для преподавателей маркетинга, студентов, аспирантов и слушателей школ бизнеса, а также для специалистов и руководителей, занятых разработкой маркетинговой стратегии компаний.

ББК 65.050.2

ISBN 978-5-9924-0002-1

© Коллектив авторов, 2008

© Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2008

Содержание

Предисловие редактора	5
<i>И. В. Гладких, С. А. Старов</i> ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ НАПИТОК BATTERY: УСПЕШНЫЙ СТАРТ... ЧТО ДАЛЬШЕ?	9
<i>С. П. Куш, М. М. Смирнова, К. В. Кротов</i> ООО «РУСАЛ-САЯНСКАЯ ФОЛЬГА»: ВЫБОР МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ	45
<i>В. И. Черенков, И. В. Гладких</i> МЕЖДУНАРОДНАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ РОССИЙСКОГО МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ ВЫСОКИХ ТЕХНОЛОГИЙ	91
<i>Д. И. Баркан, С. И. Кирюков, Л. Л. Никитина</i> ОПТ КОМПАНИИ «ИСКРАСОФТ»: НА ПОРОГЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ПЕРЕМЕН	143
<i>Л. Н. Богомолова, А. Н. Андреева</i> ЗАО «ОХТИНСКОЕ»: МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ НА АССОРТИМЕНТНОМ РЫНКЕ	169
<i>И. В. Гладких, С. А. Старов</i> ВОДКА «ДИПЛОМАТ» ПРОБИВАЕТСЯ В ПРЕМИУМ-КЛАСС	191
<i>И. В. Гладких</i> НАИВНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ	227
<i>И. В. Гладких</i> ДРУЗЬЯ И «ВРАГИ» КОМПАНИИ «АЛЕКО»	233

<i>А. Ю. Панибратов</i>	
МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ КОМПАНИИ NOKIAN TYRES НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ АВТОМОБИЛЬНЫХ ШИН	239
<i>С. И. Кирюков</i>	
КОНСУЛЬТАЦИОННЫЙ ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГА: ТРИ В ОДНОМ	251
<i>С. И. Кирюков</i>	
«ФАБРИКА ЗВЕЗД»: КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГА	257
<i>Ж. В. Светланова</i>	
INDEPENDENT MEDIA: МУЖСКИЕ ИГРЫ НА РЫНКЕ ЖЕНСКИХ ЖУРНАЛОВ.....	263
<i>Ж. В. Светланова</i>	
ХОРОШО ИМЕТЬ ДОМИК В ПОСЕЛКЕ	279
<i>С. А. Старов</i>	
ЗА «ДЕРЖАВУ» ОБИДНО: ПОЧЕМУ РОССИЯНАМ НЕ ПОЛЮБИЛСЯ БРЕНД ШОКОЛАДНЫХ КОНФЕТ	303
<i>С. А. Старов</i>	
МИНЗДРАВ РОССИИ ПРЕДУПРЕЖДАЕТ: «КУРЕНИЕ СИГАРЕТ TREASURER ОПАСНО ДЛЯ ВАШЕГО КОШЕЛЬКА!» ...	317
<i>Е. Г. Серова</i>	
ВЫБОР СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ КОМПАНИИ	327