



**Новые рыночные вызовы требуют инновационных решений.**  
У лидеров российского рынка решения есть, и они готовы ими делиться!

20, 21, 22 и 23 марта 2007

**ОБЪЕДИНЕННАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ НОВОГО ТИПА**

Главная тема:

## **ПОБЕЖДАЮТ НОВАТОРЫ!**

**Инновационные стратегии и маркетинг-микс, как основа развития  
бизнеса в XXI веке**

### **Ключевые докладчики и члены Экспертного Совета**

Список докладчиков постоянно пополняется. В настоящем списке представлены спикеры и члены Экспертного Совета, подтвердившие свое участие в работе Бизнес-Форума на текущий момент. Всего на Форуме будет представлено свыше 80 докладов ведущих экспертов по маркетингу.



#### **СЕРГЕЙ ПЕВНЕВ**

##### **Директор по маркетингу, SAMSUNG ELECTRONICS**

Окончил МЭИ. В 2003г. Получил степень мастера делового администрирования (MBA по маркетингу) в Московской международной высшей школе бизнеса. С 1995 г. работает в представительстве компании Samsung Electronics. До 2000 г. был менеджером по маркетингу IT продукции. В 2001 г. возглавлял отдел электронного маркетинга компании, в сферу ответственности входила также разработка и создание b-2-b системы. С 2002 по 2004 г. являлся руководителем департамента стратегического планирования и маркетинговых коммуникаций Samsung Electronics по странам СНГ и Балтии. В настоящее время является руководителем департамента маркетинга Samsung Electronics Russia. В 2006 году занял 3-место в рейтинге журнала «Секрет фирмы» среди ведущих маркетологов России. Член Экспертного Совета Бизнес-Конференции «МаркетингМенеджмент».

---

**Samsung Electronics Co., Ltd.**, основанная в 1969 году, является мировым технологическим лидером в производстве полупроводников, телекоммуникационного оборудования, жидкокристаллических дисплеев, мобильных телефонов, мониторов и видеомагнитофонов. По данным рейтинга «Info Tech 100» («Standard & Poor's»), компания Samsung Electronics второй год подряд входит в тройку лучших IT-компаний мира. 88 тысяч человек в 89 офисах 46 стран мира являются сотрудниками корпорации. Объемы продаж в 2005 финансовом году составили около \$79,5 млрд.



#### **АЛЕКСАНДР СОКОЛОВЕРОВ**

##### **Руководитель департамента маркетинга, заместитель генерального директора по связям с общественностью, «РОЛЛТОН»**

Работает в сфере коммуникаций на рынке FMCG с 1990 года. Из них 10 лет со стороны рекламных агентств и 6 со стороны производителей. За последние шесть лет работал в компании «Эконика» и с 2003 в торговом доме «Роллтон». Отвечает за формирование и реализацию общей маркетинговой стратегии компании, развитие бизнеса на региональных рынках, появление и развитие новых брендов. Член Экспертного Совета Бизнес-Конференции «МаркетингМенеджмент».

---

Компания «РОЛЛТОН» основана в 1998 году. Одна из лидирующих компаний, оперирующая на рынке продуктов быстрого приготовления, снековом рынке, чаем и кофейном рынках. Компания владеет торговыми марками: Роллтон, БигБон, Ролбен. Продукция компании представлена в 16 странах мира.



### **РОМАН ТОРГАШИН**

#### **Директор по маркетингу, CAMPINA RUSSIA**

Родился в 1974, кандидат экономических наук. Работал в компаниях: Cadbury Russia (Dorland-Cadbury), Wrigley, BAT. Бренды: Picnic, Orbit, Pall Mall. Имеет огромный опыт в разработке и выведении на рынок новых товаров, создании упаковок.

---

Компания **Campina** основана в 1979 г. В настоящее время это - фермерский кооператив по производству молочной продукции. Работает 6811 сотрудников, оборот 3,6 млрд. евро, штаб-квартира – Цальтбоммель, Нидерланды. Производственные активы в Голландии, Германии, Бельгии, России, США, Тайланде, Вьетнаме.



### **КИРИЛЛ ТУРБАНОВ**

#### **Директор по маркетингу, АЛЬФА-БАНК**

В Альфа-Банке работает с 2004 года. До перехода в банк возглавлял маркетинговое направление в международной компании Maune Pharma PLC в Европе, на Ближнем Востоке и в Африке. Ранее работал в Procter & Gamble и Kimberly-Clark в Великобритании, где занимался продвижением новых брендов и продуктов компаний на рынках Европы, включая Россию и страны СНГ.

Окончил с отличием Санкт-Петербургский государственный университет в 1989 году, кандидат химических наук. Стажировался в Калифорнийском Университете в Беркли (США), получил Executive MBA в Imperial College Business School of London. Член Экспертного Совета Бизнес-Конференции «МаркетингМенеджмент».

---

«**Альфа-Банк**» — крупнейший частный банк России, успешно работающий с 1990 года. Банк входит в число самых надежных и диверсифицированных финансовых структур России.

Альфа-Банк является одним из крупнейших банков России по величине активов и собственного капитала. По данным аудированной финансовой отчетности (МСФО) за 2005 год, активы группы «Альфа-Банк» составили \$9,8 млрд. В Москве, регионах России и за рубежом открыто более 120 отделений и филиалов банка, в том числе дочерние банки в Казахстане, Украине и Нидерландах.



### **МИНА ХАЧАТРЯН**

#### **Директор по маркетингу, SITRONICS**

Опыт работы: Генеральный директор Р.А. "Сэмик-ТВ", партнер продюсерского центра Velasco Enterprises, директор по развитию бизнеса Группы Компаний "Медиа Артс". Автор более, чем 30-ти публикаций по брендингу, маркетинговым коммуникациям, trade promotion и др. Заведующая кафедрой бренд коммуникаций Международного Института Рекламы Член Экспертного Совета Бизнес-Конференции «МаркетингМенеджмент».

---

ОАО «**СИТРОНИКС**»— крупнейшая высокотехнологичная компания Восточной Европы. Создана в декабре 2002 года как концерн «Научный центр», в дальнейшем переименована в ОАО «СИТРОНИКС». После консолидации ряда ведущих технологичных компаний России, Украины, Чехии и Греции выполняет масштабные проекты в области телекоммуникационных и информационных технологий, микроэлектроники. Основным акционером является АФК «Система».



### **АНДРЕЙ РУКАВИШНИКОВ**

#### **Эксперт**

Родился в 1971 году в Ленинграде. В 2001 году получил степень MBA в Американском Институте Бизнеса и Экономики (г. Москва). До этого, в 1991-1992 гг. учился в Мичигане, Хоуп Колледж (США), а в 1994 году окончил МГУ им. Ломоносова, факультет вычислительной математики и кибернетики.

Профессиональную карьеру начинал в 1993 г. в рекламном агентстве McCann Erickson Россия сначала в качестве менеджера по информационным технологиям, затем менеджером по работе с клиентами. В 1994 г. перешел в компанию IDV Россия и в качестве бренд менеджера по крепким спиртным напиткам вывел бренд Smirnoff в лидеры рынка импортируемых спиртных напитков. С 1995 по 1996 г. возглавлял отдел маркетинга в компании Rothmans, а в 1996 г. перешел на работу в компанию MARS. В компании занимал различные позиции - бренд менеджер в странах СНГ, менеджер по маркетингу стран Балтии, директор по продажам в Латвии и менеджер по сетевому бизнесу в СНГ. Работал в компании ДИЛАЙН (г. Москва) - крупнейшего российского дистрибутора и производителя компьютерной техники в должности руководителя департамента маркетинга. В 2003-2006 гг. работал Вице-президентом по маркетингу в пивоваренной компании «Балтика». Член Экспертного Совета Бизнес-Конференции «МаркетингМенеджмент».



### **ИГОРЬ МАНН**

#### **Директор по маркетингу, АРКТЕЛ**

В 1989 году окончил МИУ, в 1994 году защитил кандидатскую диссертацию по теме «Организация системы маркетинговых коммуникаций во внешнеэкономической деятельности предприятия». С 1995 года работал директором по маркетингу компания «Фавор», официальном импортере Konica Corporation, затем (1998) - директором по маркетингу в московском офисе компании Lucent Technologies, затем директором по маркетингу в регионе Центральной Восточной Европы, СНГ, Ближнего Востока и Африки. С 2003 года - директор по маркетингу компании Alcatel в России, с июня 2004 г. по октябрь 2005 г. - директор по маркетингу в странах СНГ. Издатель, издательство «Манн, Иванов и Фербер». Автор бестселлера «Маркетинг на 100%: ремикс». Член Экспертного Совета Бизнес-Конференции «МаркетингМенеджмент».

---

**ОАО «АРКТЕЛ»** - один из лидеров по объемам продаж карт услуг связи и услуг междугородной и международной связи по удаленному доступу, основан в 1999 году. Более 10'000 фирм и организаций Москвы и Московской области подписали контракты с ОАО «АРКТЕЛ» на предоставление различных услуг связи.



### **ВАДИМ САРАЛИДЗЕ**

#### **Руководитель департамента маркетинговых коммуникаций, ХК "РОСГОССТРАХ"**

В рекламе и маркетинге с 1993 г. С 1993 по 1999 г. – директор по развитию агентства Ars Nova (работа с ключевыми клиентами), с 1999- 2001 – работал начальником штаба, руководителем креативно-производственной группы, консультантом группы ряда предвыборных кампаний. С 2001 по 2004 год – советник Президента Федерации дзюдо России (маркетинг и реклама, организация и проведение Кубка Президента по дзюдо) С 2004 г. и по настоящее время – руководитель Департамента маркетинговых коммуникаций ОАО «Росгосстрах» (разработка и реализация коммуникационных кампаний продуктовой линейки Росгосстраха, таких как РОСГОССТРАХ АВТО, РОСГОССТРАХ ДОМ, РОСГОССТРАХ БИЗНЕС, ЭТАЛОН АВТОКАСКО и др.). Член Экспертного Совета Бизнес-Конференции «МаркетингМенеджмент».

---

**ХК «Росгосстрах»** – крупнейшая в России страховая компания. Представляет собой вертикально интегрированный холдинг, состоящий из ОАО «Росгосстрах», 3 региональных, 7 межрегиональных универсальных страховых компаний, ООО СК «РГС-Жизнь», занимающейся страхованием жизни и негосударственным пенсионным обеспечением, а также ООО «РГС-Медицина», осуществляющей операции по обязательному медицинскому страхованию. В 2006 году рейтинговое агентство "Эксперт РА" в очередной раз подтвердило рейтинг А++ "Высокий уровень надежности с позитивными перспективами" ХК «Росгосстрах».



### **МАКСИМ САВИЦКИЙ**

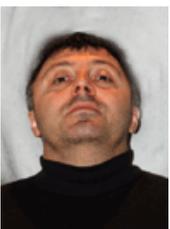
#### **Исполнительный директор, руководитель Функционального Направления Общекорпоративного Маркетинга и бренд-менеджмента, ФИНАНСОВАЯ КОРПОРАЦИЯ «УРАЛСИБ»**

В 1994 г. окончил Государственную Академию Управления. В 1997 г. получил степень магистра международного права (LLM) в Ньюкаслском Университете (Великобритания).

В настоящее время осуществляет руководство маркетинговой, аналитической, рекламной службой ФК "УРАЛСИБ" и службой менеджмента качества, в рамках стратегии продвижения продуктов и услуг для розничных клиентов ("Финансовый Супермаркет"). Член Экспертного Совета Бизнес-Конференции «МаркетингМенеджмент».

---

**ФК "УРАЛСИБ"** (прежнее название - ФК "НИКойл") ведет свою историю с 1993 года. Согласно предварительным оценкам, "БАНК УРАЛСИБ" входит в "пятерку" лидеров отечественного банковского сектора по основным финансовым показателям. Региональная сеть насчитывает 470 отделений и точек продаж. Страховая группа, в свою очередь, занимает 8-9 место по объему премий.



### **САМВЕЛ АВЕТИСЯН**

#### **Управляющий партнер, Маркетинговая компания "АРХИДЕЯ"**

Пребывает в расцвете жизненных и творческих сил. Возглавлял маркетинговые направления компаний «Дарья», «Тинькофф». Участвовал в создании брендов: Техношок, Хан, Пикадор, Моя Семья, Дарья, Тинькофф, Текиза, ZoooM, пиво Т...). Преполагает основы брендинга, ведет семинары, дает мастер-классы для

всех, кто хочет "сбрендить" по уму, а не по книжкам. Член Экспертного Совета Бизнес-Конференции «МаркетингМенеджмент».

---

Маркетинговая компания «Архидея» занимается разработкой и созданием брендов, управленческим и маркетинговым консалтингом.



### **ЮЛИЯ БАУНОВА**

#### **Директор по маркетингу, ПРОДО Менеджмент**

В 1995-2000 годах – менеджер по маркетингу (группа шоколадные батончики) компании Mars. Основное достижение – запуск рекламной кампании для бренда Snikers “Не тормози – сникерсни”. В 2000-2002 годах – вице-президент по маркетингу кондитерского объединения “Сладко”. Основное достижение – разработка и запуск национального зонтичного бренда “СладКо”. В 2002-2003 годах – директор по маркетингу российского представительства Мегатрон Корп. Разработка стратегического портфеля брендов, запуск бренда “X-Time”, разработка рекламной кампании бренда “Вулкан”. В 2003- 2006 годах – General marketing and strategic planning manager Coca-Cola, Coca-Cola Light в компании Coca-Cola Soft Drink Consulting. Разработка интегрированной маркетинговой кампании для Coca-Cola Light “Меняйся с легкостью” и запуск новой рекламной кампании для Coca-Cola - “Все будет Coca-Cola”. Член Экспертного Совета Бизнес-Конференции «МаркетингМенеджмент».

---

**Группа ПРОДО** один из крупнейших игроков на отечественном рынке мясопереработки.

Ассортимент продукции составляет свыше 1,5 тысяч наименований колбасных изделий, продуктов из мяса птицы, охлажденных и замороженных полуфабрикатов, а также всевозможных мясных деликатесов. География рынков сбыта группы Продо - это 30 регионов, важнейшие из которых Москва и Московская область, С-Петербург, Республика Башкортостан, а также Ростовская, Пермская, Омская и Тюменская области.



### **ИРИНА КОРОЛЕВА**

#### **Руководитель направления «Лояльность», ВЫМПЕЛКОМ**

Имеет более 10-ти летний опыт работы в маркетинге. Работала в компании МИР (бытовая техника, электроника), где занималась разработкой и реализацией программ лояльности, комплекса сервисных услуг, направленных на удержание целевой аудитории; развитием программ потребительского кредитования в розничной сети. В ОАО «Вымпелком» работает с мая 2005 года. Основная сфера деятельности - определение стратегии сохранения клиентов и формирования лояльности абонентской базы. Ее задачами также являются разработка целевых кампаний сохранения, оптимизация процедур обслуживания, формирование политики контактов, инициация массовых программ лояльности.

---

**«Вымпелком» (торговая марка «Билайн»)** - один из крупнейших сотовых операторов России. В 2005 году оборот компании превысил 3 млрд. долл., рост чистой прибыли составил 76%. Размер абонентской базы компания превышает 45 млн. клиентов.



### **ВЛАДИМИР БОГДАНОВ**

#### **Вице-президент по маркетингу, «ЕВРОСЕТЬ»**

С 1993 по 2002 год работал директором по маркетингу и управлению бизнес-проектами компании «ТЕХМАРКЕТ», с 2002 года - вице-президент по маркетингу компании ЕВРОСЕТЬ. В сферу ответственности входит разработка и реализацию общей маркетинговой стратегии компании, развитие бизнеса, реализация проекта потребительского кредитования. Член Экспертного Совета Бизнес-Конференции «МаркетингМенеджмент».

---

Компания **«Евросеть»** - крупнейший ритейлер России в телекоммуникационном сегменте. Оборот компании ЕВРОСЕТЬ в 2005 году - 2, 574 млрд. долларов.

Количество салонов компании на конец 2005 года - 3 111. Салоны работают в 795 городах России, Украины, Белоруссии, Казахстана и Киргизии. В компании работают 33 500 человек.

### **НУНЭ АЛЕКЯН**

#### **Директор по маркетингу, «ИНГОССТРАХ»**

В 1995 г. получила степень бакалавра в области маркетинга в американском Clarkson University. В 1997—1999 гг. обучалась в Ecole Nationale Des Ponts Et Chaussées (Франция) по программе MBA. В 1995—1997 г. работала менеджером по маркетингу в московском представительстве компании «Никомед», в 1999—2003 гг. — менеджером проектов в английской компании Amersham Health. В 2003—2004 гг. занимала пост директора по маркетингу компании Georgian Glass and Mineral Water Company. Член Экспертного Совета Бизнес-Конференции «МаркетингМенеджмент».

---

**ОСАО «Ингосстрах»** работает на международном и внутреннем рынках с 1947 года. Компания занимает лидирующие позиции среди российских страховых компаний по сумме страховых взносов по добровольному страхованию.

«Ингосстрах» получил рейтинг Moody's Interfax Rating Agency (по национальной шкале - Aa2.ru и RUS-1), а также «Эксперт РА» (A++).





### **ЮЛИЯ ГОЛУБЦЕВА**

**Руководитель службы "Корпоративный маркетинг и связи с общественностью», BOSCH RUSSIA**

Член Экспертного Совета Бизнес-Конференции «МаркетингМенеджмент».

---

**Группа компаний Bosch** является ведущим международным производителем автомобильного и промышленного оборудования, потребительских и бытовых изделий. Оборот корпорации, насчитывающей около 250 000 сотрудников, составил в 2005 финансовом году 41,5 миллиардов Евро. В России в 1904 году было открыто одно из первых зарубежных представительств компании. В настоящее время Группа компаний Bosch представлена пятью компаниями и производственными филиалами в 14 городах Российской Федерации с общим штатом 1720 человек. В 2005 году консолидированные продажи на российском рынке увеличились с €248 млн до €287 млн. Общие продажи за прошедший финансовый год, включая показатели неконсолидированных предприятий, возросли с €321 млн до €402 млн.



### **АЛЕКСЕЙ СУХЕНКО**

**Управляющий партнер, директор, TROUT&PARTNERS/RUSSIA**

Работал директором по стратегическому планированию крупных международных и российских рекламных агентств, директором консалтинговой компании BNB.

В настоящее время – профессиональный эксперт по вопросам брэндинга и маркетинговым коммуникациям. В 2006 году занял 3-место в рейтинге журнала «Секрет фирмы» среди ведущих экспертов по маркетингу России. Автор книги «Руководство топ-менеджера по стратегиям», ряда статей по маркетингу, брэндингу и маркетинговым коммуникациям в деловых изданиях, научный редактор и переводчик нескольких книг по маркетингу.

---

Агентство известного маркетингового консультанта и автора многочисленных книг Джека Траута **TROUT&PARTNERS** имеет представительства в 13 странах мира. Джек Траут является автором и соавтором важнейших книг по искусству маркетинга, включая такие бестселлеры как «Позиционирование», «Маркетинговые войны», «Дифференцируйся или умирай» и др., ставшие «библией» многих профессиональных маркетологов.



### **КИРИЛЛ БУТКО**

**Директор по маркетингу, GERRUS GROUP**

Получил образование на экономическом факультете МГУ им. Ломоносова, кафедра управления (1995 г.), МИРБИС, специализация MBA-Маркетинг (2003 г.)

В 2001 – 2003 работал директором по маркетингу Пивоваренного завода АМСТАР (бренды Сокол, Белый медведь), затем в РА ProMedia директором по развитию бизнеса. С августа 2004 отвечает за все маркетинговое направление холдинга Gergus Group.

---

Холдинг **Gergus Group** основан в 1995. Численность – 900 чел. Род деятельности – производство и продажа вина. Холдинг объединяет ЗАО «Детчинский завод» (Калужская обл., завод вторичного виноделия), ООО «Кубанские вина» (Краснодарский край, завод первичного виноделия), виноградарские хозяйства «Фонтал» и «Приморское» (Краснодарский край). По данным компании «Бизнес-Аналитика» занимает 3 место в России по объемам продаж.



### **ЮЛИЯ ШПИЛЕВСКИХ**

**Trade marketing manager, NESTLE WATER LLC**

Образование: ГУУ «РИМА-А», Специальность – маркетинг. Опыт работы: брэнд-менеджер «Патра» Пивоваренный завод, Екатеринбург (бренды «Патра», «Стрелец»), региональный менеджер по торговому маркетингу «Лебедянский», Уральский филиал, затем Московский дивизион. Имеет большой опыт успешной разработки и реализации национальных трейд-маркетинговых концепций и программ, стандартов мерчендайзинга, программ стимулирования.

---

**NESTLE WATER LLC** подразделение компании NESTLE, занимающееся продвижением на рынок природной питьевой воды «Святой Источник»



### **МАРИЯ ХЛЕБОДАРОВА**

**Директор по маркетингу, «СТАРИК ХОТТАБЫЧ»**

В компании с 2003 года, до этого работала в крупном маркетинговом агентстве, как менеджер вела проекты мультинациональных и российских компаний.

---

«Старик Хоттабыч» - крупнейшей российской розничной сети строительных и отделочных материалов. Более 2700 сотрудников. В 2004 году оборот составлял более 200 млн. евро. В 2005-2006 сеть провела масштабный ребрэндинг и связанную с этим реконструкцию своих магазинов.



### **АЛЕКСАНДРА САВИНА**

#### **Директор по маркетингу, «БЫСТРОВ»**

В компании «Быстров» работает с марта 2005 года. В рамках должностных обязанностей разработала стратегию развития компании на 3 года, новую системы ценообразования по географическим регионам, ступенчатую системы изменения цен для пошагового внедрения разработанной ценовой политики. Совместно с известным маркетинг-гуру Томасом Гэдом участвовала в разработке нового брэнд-кода компании. Работала начальником отдела маркетинга и рекламы ОАО "Пекарь", ассистентом и брэнд-менеджером порошка "Пемос" в ОАО "Хенкель-Эра". Образование: MBA Open University of Great Britain (входит в двадцатку бизнес-школ мира), Open Business School, Friedrich-Alexander-University, Эрланген (Германия), Technical University, , Дармштадт (Германия), Экономическая школа г. Бремена (Германия).

---

**Компания «Быстров»** осуществляет свою деятельность в сфере производства и маркетинга продуктов полезного и удобного приготовления на основе злаков. В продуктовый портфель компании входят каши моментального и быстрого приготовления. В настоящее время компания «Быстров» занимает около 75% российского рынка каш моментального приготовления. Продукция «Быстров» продается по всей России, Германии, Израиле, США и странах СНГ.



### **ДАНИИЛ КАПЦАН**

#### **Директор по маркетингу, «ЛАБОРАТОРИЯ КАСПЕРСКОГО»**

Работает в «Лаборатории Касперского» с 2000 года. Его первым достижением стало создание структуры производства и логистики для сети международных розничных продаж продуктов компании. В 2003 году Даниил занял должность директора розничных продаж. В период с 2003 по 2004 год Даниил участвовал в развитии бизнеса в средиземноморском регионе, а в ноябре 2004 года стал директором по маркетингу «Лаборатории Касперского». Даниил имеет два высших образования, техническое и маркетинговое.

---

**"Лаборатория Касперского"** - самый известный в России производитель систем защиты от вирусов, спама и хакерских атак. Входит в десятку ведущих мировых производителей программного обеспечения для защиты информации. "Лаборатория Касперского" сегодня - это международная группа компаний с центральным офисом в Москве и представительствами в Великобритании, Китае, Франции, США, Германии, Румынии, Японии, Южной Кореи, Нидерландах и Польше. Партнерская сеть объединяет более 500 компаний более чем в 60 странах мира. "Лаборатория Касперского" - это 400 высококвалифицированных специалистов, десять из которых имеют дипломы MBA, шестнадцать - степени кандидатов наук.



### **ВЯЧЕСЛАВ НОВИКОВ**

#### **Директор департамента маркетинга, Страховая компания НАСТА**

Получил образование в Московской международной высшей школы бизнеса «МИРБИС», специализация маркетинг. Работал директором по маркетингу корпорация ПАРУС (разработчик и поставщик систем автоматизации управления для предприятий и государственных структур), начальником управления маркетинга, группы страховых компаний «УРАЛСИБ».

---

Страховая компания **НАСТА** работает на российском рынке с 1993 года. Уставный капитал 1 млрд. 60 млн. рублей. По итогам 9 месяцев 2006 года рост объемов сбора страховых премий составил более 50 % по сравнению с 9 месяцами 2005 года. Региональная сеть НАСТА состоит из 65 филиалов и более чем 300 представительств по всей России. Компания имеет рейтинг надежности «А+» («Эксперт РА»).



### **РОМАН ВИШНЕВСКИЙ**

#### **Начальник управления по развитию продаж, Страховая Группа СОГАЗ**

В 1999 г. с отличием окончил экономический и физический факультеты МГУ им. Ломоносова. Работал маркетологом-аналитиком в "ИнтернетМедиа холдинге", главным специалистом отдела стратегических исследований ОАО «Росгосстрах», главным специалистом Департамента маркетинга ОАО «Агрос». С 2002 г. занимал должность заместителя начальника управления маркетинга Страховой Группы "СОГАЗ". Руководил исследовательской и информационно-аналитической деятельностью Управления маркетинга, участвовал в создании стратегии развития Страховой Группы, разработке страховых продуктов, развитии каналов продаж, реинжиниринге бизнес-процессов. С сентября 2006 г. назначен начальником управления по развитию продаж.

---

**Страховая Группа "СОГАЗ"**, представляющая интегрированный страховой бизнес системы ГАЗПРОМ и является одним из старейших страховых объединений новой России. Группа входит в число ведущих страховых институтов страны, занимая лидирующие позиции в обслуживании крупной корпоративной клиентуры. Большое внимание СОГАЗ уделяет развитию страхования частных клиентов. На сегодняшний день Группа имеет более 350 региональных подразделений на всей территории России.



## **ВАСИЛИЙ МАНАЕВ**

### **Руководитель отдела маркетинга Россия-Украина-Беларусь, BOSCH RUSSIA**

Родился в 1972. Образование: МГТУ им. Н.Э. Баумана, Отто фон Гюрике Магдебургский университет – MBA, Московская Школа Экономики - Специалист по работе с ценными бумагами. С 1997 работает в ООО “Роберт Бош”, отделение “Автозапчасти и автопринадлежности”. С 2002 – Руководитель отдела маркетинга отделения «Автозапчасти» стран Россия-Украина-Беларусь. Основная ответственность – бренд BOSCH.

---

**Группа компаний Bosch** является ведущим международным производителем автомобильного и промышленного оборудования, потребительских и бытовых изделий.оборот корпорации, насчитывающей около 250 000 сотрудников, составил в 2005 финансовом году 41,5 миллиардов Евро. В России в 1904 году было открыто одно из первых зарубежных представительств компании. В настоящее время Группа компаний Bosch представлена пятью компаниями и производственными филиалами в 14 городах Российской Федерации с общим штатом 1720 человек. В 2005 году консолидированные продажи на российском рынке увеличились с €248 млн до €287 млн. Общие продажи за прошедший финансовый год, включая показатели неконсолидированных предприятий, возросли с €321 млн до €402 млн.