



Нетнография в маркетинговых исследованиях

Семинар №9

*НИС Реклама и связи с общественностью
2018*

Домашнее чтение к семинару №9



- Kozinets, R.V. (2010), “Netnography: the marketer’s secret weapon – how social media understanding drives innovation”
- Kozinets, R. V. (2002). The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities. *Journal of Marketing Research*, 39, 61-72.
- Презентация кейса Листерин (google диск)
- Bilgram, V., Bartl M., Biel, S. (2011). Getting Closer to the Consumer: How Nivea Co-Creates New Products.
<http://www.michaelbartl.com/article/getting-closer-to-the-consumer-how-nivea-co-creates-new-products/>
- Robab Saadatdoost, Alex Tze Hiang Sim, Nitish Mishra, Hosein Jafarkarimi, Jee Mei Hee (2014). A netnography study of MOOC community.

Вопросы к семинару №9



- Какие маркетинговые задачи помогает решить метод виртуальной этнографии?
- Каковы достоинства и недостатки метода нетнографии при решении маркетинговых задач?
- Что важно учитывать при отборе и анализе данных?
- Проанализируйте кейс Listerine: какие задачи были поставлены, как они были реализованы (методология), какие выводы были сделаны?

- Доклады для тех, кто пропустил семинары по уважительной причине (имеет справку!!) и хочет отработать активность:
- Представьте анализ одной статьи (7-10 минут, презентация приветствуется)
 - Bilgram, V., Bartl M., Biel, S. (2011). Getting Closer to the Consumer: How Nivea Co-Creates New Products.
<http://www.michaelbartl.com/article/getting-closer-to-the-consumer-how-nivea-co-creates-new-products/> (Кейс Нивеа)
 - Robab Saadatdoost, Alex Tze Hiang Sim, Nitish Mishra, Hosein Jafarkarimi, Jee Mei Hee (2014). A netnography study of MOOC community.
- Также вы можете найти другие релевантные статьи по теме (другие маркетинговые кейсы, выполненные в логике виртуальной этнографии).
- Тот, кто выбирает статью, пишет мне письмо на почту с просьбой закрепить его за этой темой.