

СВЕДЕНИЯ ОБ ОФИЦИАЛЬНЫХ ОППОНЕНТАХ

по диссертации **Горбунова Игоря Николаевича**
**«Разработка механизма оценки эффективности вирусного видео в системе
маркетинговых коммуникаций»**,

представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук
по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)

Фамилия, имя, отчество оппонента	Бондаренко Виктория Андреевна
Ученая степень	доктор экономических наук
Ученое звание	доцент
Шифр и наименование специальности, по которой защищена диссертация	08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг); 08.00.14 – Мировая экономика
Полное наименование организации места работы	Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»
Структурное подразделение и должность	кафедра маркетинга и рекламы, заведующий
Индекс, почтовый адрес организации места работы	344002, Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69
Телефон	+7 (863) 240-73-38
Адрес электронной почты	b14v@yandex.ru
Список основных научных публикаций по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг) за последние 5 лет	
1	Гучетль Р.Г., Бондаренко В.А., Протасов Д.Н. Коммуникационные площадки вирусного видеомаркетинга // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2018. № 2 (62). С. 18-29.
2	Бондаренко В.А., Иванченко О.В. Вопросы формирования информационно-коммуникационной инфраструктуры маркетинга на основе исследования потребностей целевых сегментов (на примере локального рынка) // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2017. № 2-3 (31). С. 22-26.
3	Бондаренко В.А., Иванченко О.В. Роль событийного маркетинга в построении отношений с целевой аудиторией // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2017. № 4 (60). С. 15-20.
4	Бондаренко В.А., Иванченко О.В. Событийный маркетинг во взаимоотношениях с потребителями // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2017. № 11 (58). С. 14-16.
5	Бондаренко В.А., Иванченко О.В. Современные тенденции в опросах потребителей с использованием компьютеро-опосредованной коммуникации // Экономика и предпринимательство. 2016. № 1-1 (66-1). С. 605-608.
6	Бондаренко В.А., Иванченко О.В. Анализ целевых потребителей и коммуникационных каналов на продовольственном рынке г. ростова-на-дону на примере сегмента подсолнечного масла // Репутациология. 2016. № 3 (41). С. 14-16.

7	Бондаренко В.А., Веклова Е.В. Глава 7. Вопросы информационной эффективности интегрированных систем маркетинговой информации торговых центров на основе совершенствования встроенной исследовательской инфраструктуры в регионе / Маркетинговый инструментарий развития потенциала региональных потребительских рынков: теория и практика. колл. монография под ред. Бондаренко В.А. М., «Перо», 2016. 165 с. - 133-147
---	--

СВЕДЕНИЯ ОБ ОФИЦИАЛЬНЫХ ОППОНЕНТАХ
 по диссертации **Горбунова Игоря Николаевича**
**«Разработка механизма оценки эффективности вирусного видео в системе
 маркетинговых коммуникаций»,**

представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук
 по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)

Фамилия, имя, отчество оппонента	Кублин Игорь Михайлович
Ученая степень	доктор экономических наук
Ученое звание	профессор
Шифр и наименование специальности, по которой защищена диссертация	08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
Полное наименование организации места работы	Саратовский социально-экономический институт (филиал) Федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В.Плеханова»
Структурное подразделение и должность	кафедра маркетинга, экономики предприятий и организаций, профессор
Индекс, почтовый адрес организации места работы	410003, г. Саратов, ул. Радищева, 89
Телефон	+7 (8452) 211-723, внутр.: 2-34, 2-40
Адрес электронной почты	ikublin@mail.ru

Список основных научных публикаций по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг) за последние 5 лет

1	Долбня Н.В., Кублин И.М. Облачные технологии как инструмент качественного повышения эффективности маркетинговой деятельности // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского. 2019. № 2 (72).
2	Кублин И.М., Константинова А.М. Интернет-маркетинг на рынке фитнес-услуг: мобильные приложения как метод завоевания лояльности клиентов //Актуальные проблемы экономики и менеджмента. 2018. № 1 (17). С. 54-59.
3	Кублин И.М., Пугачева Ю.А. Маркетинг премиальных брендов в индустрии моды в instagram //Актуальные проблемы экономики и менеджмента. 2018. № 3 (19). С. 71-78.
4	Аракелова И.В., Кублин И.М. Как "приручить" клиента // Маркетинг в России и за рубежом. 2018. № 1. С. 15-23.
5	Кублин И.М. Маркетинг взаимодействия в системе экономических отношений на рынке труда // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2018. № 5 (74). С. 68-70.
6	Кублин И.М., Тинякова В.И., Шишкина Л.А., Полканова В.А. К вопросу о применении теории фракталов в маркетинге //Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2017. № 1-1 (26). С. 92-98.
7	Кублин И.М., Марцев Ю.П. К вопросу об экономической эффективности системы управления маркетинговой деятельностью // Известия Волгоградского государственного технического университета. 2016. № 16 (195). С. 56-61.

СВЕДЕНИЯ

о ведущей организации по диссертации **Горбунова Игоря Николаевича**
**«Разработка механизма оценки эффективности вирусного видео в системе
маркетинговых коммуникаций»**,

представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук
по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)

Полное и сокращенное наименование ведущей организации	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кубанский государственный университет» (ФГБОУ ВО «КубГУ»)
Индекс, почтовый адрес организации	350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149
Телефон	+7 (861) 219-95-02
Адрес электронной почты	rector@kubsu.ru
Адрес официального сайта в сети «Интернет»	https://www.kubsu.ru
Список основных научных публикаций по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг) за последние 5 лет (не более 15 публикаций)	
1	Воронов А.А., Веклова Е.В., Миненко В.В. Маркетинговые инновации функционального и информационного направлений в маркетингово-конкурентной стратегии современной торговой сети // Экономика и предпринимательство. 2018. № 1 (90). С. 764-770.
2	Беспалько В.А., Муратова А.Р., Пешкова И.Г. Digital-коммуникационные технологии в маркетинговой стратегии современной компании // Экономика устойчивого развития. 2018. № 3 (35). С. 207-212.
3	Муратова А.Р., Шумилина М.А., Лапшина М.И. Современные подходы к организации эффективного управления маркетинговой деятельностью предприятий текстильной промышленности // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2017. № 4 (370). С. 53-57.
4	Никулина О.В., Деркач Н.К. Инновационные маркетинговые технологии в развитии деятельности международных торговых компаний // Практический маркетинг. 2017. № 4 (242). С. 18-24.
5	Костецкий А.Н., Кайфеджан Д.П. Современные технологии маркетинговых коммуникаций в стратегии конкурентного позиционирования // Экономика: теория и практика. 2018. № 1 (49). С. 84-89.

6	Сивохиц В.О., Захарова Л.Н., Рудченко А.М., Обраскова Т.С. Использование социальных сетей, видеохостингов и мессенджеров в управлении персоналом // Экономика устойчивого развития. 2018. № 4 (36). С. 387-391.
7	Винсковская Л.А., Маркушина А.А., Шевченко Е.В. Роль социально-психологических аспектов построения комплекса маркетинговых коммуникаций // Экономика и предпринимательство. 2017. № 8-2 (85). С. 851-854.
8	Вахрушева Н.В., Маркушина А.А., Шевченко Е.В. Принципы формирования бюджета на создание комплекса маркетинговых коммуникаций // Экономика и предпринимательство. 2017. № 8-2 (85). С. 862-865.
9	Кизим А.А., Кайфеджан Д.П. Развитие инновационных маркетинговых коммуникаций в динамичных условиях рынка // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2017. № 3 (82). С. 28-32.
10	Хачабеков Р.А., Костецкий А.Н. Повышение эффективности традиционных форм маркетинговых коммуникаций на основе меняющихся ценностей потребителей // Экономика устойчивого развития. 2017. № 4 (32). С. 274-279.
11	Кизим А.А., Кайфеджан Д.П. Роль инновационных инструментов маркетинговых коммуникаций в формировании стратегии конкурентного позиционирования компаний // Экономика устойчивого развития. 2017. № 3 (31). С. 186-192.
12	Саломатин В.А., Дробышевская Л.Н., Исаева Л.А. Развитие интегрированных маркетинговых коммуникаций в компаниях (на примере табачной отрасли) // Экономика устойчивого развития. 2017. № 3 (31). С. 116-122.
13	Бочкова Е.В., Лим А.И. Классификация интернет-рекламы и её роль в продвижении предприятия // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2017. № S19. С. 25-33.
14	Бочкова Е.В. Анализ мировой практики использования интернет-рекламы // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2017. № S19. С. 45-48.
15	Воронов А.А., Лавриненко Н.А., Пешкова И.Г. Разработка и эффективное использование комплекса маркетинговых коммуникаций в деятельности современных образовательных организаций на основе традиционных и инновационных коммуникационных форматов и инструментов // Экономика и предпринимательство. 2016. № 3-2 (68). С. 608-616.