

СВЕДЕНИЯ ОБ ОФИЦИАЛЬНЫХ ОППОНЕНТАХ

по диссертации Изаковой Натальи Борисовны
«Управление маркетингом малого промышленного предприятия на основе
концепции маркетинга взаимоотношений».,

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

Фамилия, имя, отчество оппонента	Попова Юлия Федоровна
Ученая степень	доктор экономических наук
Ученое звание	профессор
Шифр и наименование специальности, по которой защищена диссертация	08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)
Полное наименование организации места работы	Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования «Сыктывкарский государственный университет имени Питирима Сорокина»
Структурное подразделение и должность	Институт менеджмента и предпринимательства, директор, заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга
Индекс, почтовый адрес организации места работы	Российская Федерация, 167001, г. Сыктывкар, Октябрьский пр., 55
Телефон	+7 (8212) 39-03-93
Адрес электронной почты	jfp@mail.ru

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

1	Попова, Ю. Ф. Концептуальные подходы к стратегическому управлению маркетингом в компании / Ю. Ф. Попова // Инновации маркетинговых моделей российских компаний в эпоху диджитал трансформации : коллективная монография / под науч. ред. д-ра экон. наук, проф. О. У. Юлдашевой. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2018. – С. 115–132.
2	Попова, Ю. Ф. Капитал межфирменных отношений: понятие и методология измерения / Ю. Ф. Попова // Управленец. – 2017. – № 4(68). – С. 32–38.
3	Попова, Ю. Ф. Понятие стратегии в сетевом подходе / Ю. Ф. Попова // Вестник факультета управления СПбГЭУ. – 2017. – № 1-1. – С. 307–312.
4	Попова, Ю. Ф. Сетевая бизнес-модель создания ценности / Ю. Ф. Попова, О. Г. Ядрихинская // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2016. – № 3. – С. 101–107.
5	Попова, Ю. Ф. Модели формирования портфельной стратегии управления межфирменными отношениями на промышленных рынках / Ю. Ф. Попова // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и

	венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2015. – № 4. – С. 155–167.
6	Попова, Ю. Ф. К вопросу об измерении эффективности управления взаимоотношениями в цепочке создания ценности / Ю. Ф. Попова // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2014. – № 1. – С. 35–55.
7	Попова, Ю. Ф. К вопросу об измерении эффективности управления взаимоотношениями в цепочке создания ценности / Ю. Ф. Попова // Маркетинг взаимодействия: новые направления исследований и инструментарий: монография / под ред. Г. Л. Багиева, Ю. Ф. Поповой. – Сыктывкар : Изд-во Сыктывкарского госуниверситета, 2014. – С. 137–163.

СВЕДЕНИЯ ОБ ОФИЦИАЛЬНЫХ ОППОНЕНТАХ

**по диссертации Изаковой Натальи Борисовны
«Управление маркетингом малого промышленного предприятия на основе
концепции маркетинга взаимоотношений».,**

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

Фамилия, имя, отчество оппонента	Писарева Екатерина Владимировна
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)
Полное наименование организации места работы	Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»
Структурное подразделение и должность	Кафедра маркетинга и рекламы, профессор
Индекс, почтовый адрес организации места работы	Российская Федерация, 344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, д. 69
Телефон	+7 (863) 237-02-55
Адрес электронной почты	ekaterina838@yandex.ru

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

1	Писарева, Е. В. Комплексный подход при принятии маркетинговых решений в условиях современного рынка / Е. В. Писарева // Вестник факультета управления СПбГЭУ. – 2018. – № 3. – С. 437–440.
2	Писарева, Е. В. Формирование концепции интегрированного маркетинг менеджмента компаний / Е. В. Писарева // Вестник факультета управления СПбГЭУ. – 2017. – № 1-1. – С. 301–307.
3	Писарева, Е. В. Формирование моделей интегрированного маркетинга компаний / Е. В. Писарева // Вопросы новой экономики. – 2016. – № 4(40). – С. 71–76.
4	Писарева, Е. В. Анализ проблем развития российского рынка в современных условиях: маркетинговый подход / Е. В. Писарева // Общество: политика, экономика, право. – 2016. – № 3. – С. 91–94.
5	Писарева, Е. В. Теория и методология реализации моделей комплекса маркетинга с учетом контекста реалий российского рынка / Е. В. Писарева // Инновационное развитие экономики. – 2016. – № 2(32). – С. 234–242.
6	Писарева, Е. В. Тенденции и проблемы развития маркетинговой деятельности в России / Е. В. Писарева // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2016. – Т. 1, № 4. – С. 69–75.
7	Писарева, Е. В. Развитие концепции интегрированного управления маркетингом и перспектива холистического маркетинга / Е. В. Писарева // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2016. – Т. 1, № 5. – С. 118–123.

8	Писарева, Е. В. Методология формирования моделей интегрированного маркетинга отечественных компаний / Е. В. Писарева // Современная научная мысль. – 2016. – № 5. – С. 94–100.
9	Писарева, Е. В. Реалии теории и практики маркетинга на развивающихся рынках. Маркетинг на развивающихся рынках в условиях экономического избытка : монография / Е. В. Писарева. – Саарбрюкен : LAP LAMBERT, 2016. – 121 с.
10	Писарева, Е. В. Маркетинг взаимоотношений: ресурс построения клиентской лояльности / Е. В. Писарева // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 6-2 (59). – С. 960–962.

СВЕДЕНИЯ

о ведущей организации по диссертации **Изаковой Натальи Борисовны**
«Управление маркетингом малого промышленного предприятия на основе концепции маркетинга взаимоотношений».,

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 «Санкт-Петербургский государственный экономический университет» (СПбГЭУ)
Индекс, почтовый адрес организации	Россия, 191023, г. Санкт-Петербург, ул. Садовая, д. 21
Телефон	+7 (812) 310-38-23
Адрес электронной почты	rector@unecon.ru
Адрес официального сайта в сети «Интернет»	
Список основных научных публикаций по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг) за последние 5 лет (не более 15 публикаций)	
1	Юлдашева, О. У. Покупатель будущего, новые модели потребления и сотворчество ценности: контуры маркетинга 4.0 / О. У. Юлдашева, Г. В. Халиков, А. В. Цой // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2018. – № 2. – С. 90–106.
2	Юлдашева, О. У. Эволюционная трансформация теории маркетинга: от индустриальной экономики к экономике опыта и сотрудничества / О. У. Юлдашева, В. Г. Шубаева, О. В. Фокина // Инновации маркетинговых моделей российских компаний в эпоху диджитал трансформации: коллективная монография / под науч. ред. О. У. Юлдашевой. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2018. – С. 10–24.
3	Юлдашева, О. У. Устойчивый маркетинг и барьеры для устойчивого потребления / О. У. Юлдашева, Ю. Н. Соловьева, Е. В. Халина // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2017. – № 3. – С. 35–43.
4	Устойчивый маркетинг: теория и практика устойчивого потребления : монография / О. У. Юлдашева, Ю. Н. Соловьева и др. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2017. – 113 с.
5	Аренков, И. А. Изучение зависимости между удовлетворенностью клиента и его ценностью в течение жизненного цикла (CLV) / И. А. Аренков, Р. Р. Ишмухаметов, С. А. Смирнов // Российское предпринимательство. – 2017. – Т. 18, № 18. – С. 2677–2694.

6	Зябриков, В. В. Эволюция и национальные черты российского маркетинг-менеджмента / В. В. Зябриков, И. А. Аренков // Российское предпринимательство. – 2016. – Т. 17, № 15. – С. 1709–1726.
7	Юлдашева, О. У. Исследование глобальных цепочек ценности как основа для построения эффективных бизнес-моделей / О. У. Юлдашева, И. Н. Трефилова // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2016. – № 2. – С. 131–148.
8	Юлдашева, О. У. Алгоритм формирования рыночной ориентации и маркетинговых компетенций российских компаний / О. У. Юлдашева, Л. О. Логинов // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2016. – № 4. – С. 112–128.
9	Наумов, В. Н. Создание потребительской ценности как фактор эффективного управления цепочкой спроса / В. Н. Наумов, И. Н. Трефилова // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2015. – № 2. – С. 24–39.
10	Наумов, В. Н. Маркетинговые стратегии удержания клиентов в условиях экономического кризиса / В. Н. Наумов // Проблемы современной экономики. – 2015. – № 1(53). – С. 157а–160.
11	Аренков, И. А. Маркетинговое управление компанией: клиентоориентированные бизнес-модели и цифровые технологии / И. А. Аренков // Проблемы современной экономики. – 2015. – № 1(53). – С. 161–162.
12	Соловьева, Ю. Н. Развитие маркетинговой компетентности как фактор повышения эффективности пространственного взаимодействия / Ю. Н. Соловьева // Проблемы современной экономики. – 2015. – № 4(56). – С. 288–290.
13	Погребова, О.А. Разработка методики укрупнения сегментов на стадии формирования стандарта потребления средствами проактивного маркетинга / О.А.Погребова // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник НИЦ корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2015. - №3. С.23-37.
14	Ширшова, О. И. Алгоритм формирования маркетинговой ориентации компании / О. И. Ширшова // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2015. – № 4. – С. 140–154.
15	Ширшова, О. И. Концептуальная модель исследования маркетинговой ориентации российских компаний / О. И. Ширшова // Вестник ЮУрГУ. Сер.: Экономика и менеджмент. – 2015. – Т. 9, № 3. – С. 141–150.