

## СВЕДЕНИЯ ОБ ОФИЦИАЛЬНЫХ ОППОНЕНТАХ

по диссертации **Сухостав Елизаветы Васильевны**  
**«Управление омниканальным маркетингом в организациях розничной торговли»,**  
представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук  
по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)

<b>Фамилия, имя, отчество оппонента</b>	<b>Воронов Александр Александрович</b>
<b>Ученая степень</b>	доктор экономических наук
<b>Ученое звание</b>	доцент
<b>Шифр и наименование специальности, по которой защищена диссертация</b>	08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (промышленность)
<b>Полное наименование организации места работы</b>	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кубанский государственный университет»
<b>Структурное подразделение и должность</b>	Кафедра маркетинга и торгового дела, профессор
<b>Индекс, почтовый адрес организации места работы</b>	350040 г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149
<b>Телефон</b>	+7 (861) 219-95-02
<b>Адрес электронной почты</b>	voronov.a@mail.ru
<b>Список основных научных публикаций по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг) за последние 5 лет</b>	
1	Воронов, А.А. Институциональные основы процесса формирования интегрированных маркетинговых коммуникаций / А.А. Воронов, Н.И. Денисова, Т.С. Попова // Экономика устойчивого развития. –2020. – № 2 (42). – С. 56-59.
2	Воронов, А. А. Сущность, специфика и функциональная область процесса стимулирования сбыта в современных торговых организациях / А. А. Воронов, С. А. Касьянова, Л. В. Кухаренко, З. А. Шарудина // Экономика устойчивого развития. – 2019. – № 1 (37). – С. 272–275.
3	Воронов, А. А. Маркетинговые инновации функционального и информационного направлений в маркетингово-конкурентной стратегии современной торговой сети / А. А. Воронов, Е. В. Веклова, В. В. Миненко // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 1 (90). – С. 764–770.
4	Воронов, А. А. Стратегические и операционные маркетинговые аспекты промышленного импортозамещения в экономике России / А. А. Воронов, В. А. Костецкий, О. В. Мартыненко // Экономика устойчивого развития. – 2017. – № 2 (30). – С. 100–110.
5	Воронов, А. А. Современные бенчмаркинг-технологии в управлении маркетингом торговых организаций / А. А. Воронов, Л. А. Винсковская, А. А. Маркушина, Е. Л. Чететка // Экономика устойчивого развития. – 2016. – № 1 (25). – С. 86–95.
6	Воронов, А. А. Разработка и эффективное использование комплекса маркетинговых коммуникаций в деятельности современных образовательных организаций на основе традиционных и инновационных коммуникационных форматов и инструментов / А. А. Воронов, Н. А. Лавриненко, И. Г. Пешкова // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 3-2 (68). – С. 608-616.
7	Воронов, А. А. Методы и инструменты интернет-маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций современной торговли / А. А. Воронов, Ж. Д. Дармилова, Д. Н. Цаплев // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 3-2 (56). – С. 937-942.

<b>Фамилия, имя, отчество оппонента</b>	<b>Нюренбергер Лариса Борисовна</b>
<b>Ученая степень</b>	доктор экономических наук
<b>Ученое звание</b>	профессор
<b>Шифр и наименование специальности, по которой защищена диссертация</b>	08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)
<b>Полное наименование организации места работы</b>	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
<b>Структурное подразделение и должность</b>	Кафедра бизнеса в сфере услуг, заведующий кафедрой
<b>Индекс, почтовый адрес организации места работы</b>	630099, г. Новосибирск, ул. Каменская, 52/1
<b>Телефон</b>	+7 (383) 243-95-15
<b>Адрес электронной почты</b>	l.b.nyurenberger@nsuem.ru
<b>Список основных научных публикаций по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг) за последние 5 лет</b>	
1	Нюренбергер Л. Б. Современная сфера сервисного сопровождения: сущностные характеристики, структура, подходы к оценке качества / Л. Б. Нюренбергер, И. Ю. Севрюков, Н. А. Щетинина // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2020. – № 1 (80). – С. 35–46
2	Нюренбергер Л. Б. Онлайн-предпринимательство в сфере потребительских товаров и услуг: практический опыт, тренды / Л. Б. Нюренбергер, И. Ю. Севрюков, С. П. Киселев // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2019. – № 6 (79). – С. 398–408.
3	Нюренбергер Л. Б. Современные подходы к размещению предприятий розничной торговли в мегаполисе / Л. Б. Нюренбергер, О. В. Леушина, Н. А. Лучина // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 9 (98). – С. 494–498.
4	Нюренбергер Л. Б. Исследование потребительских предпочтений на рынке продовольственных товаров: влияние кризиса / Л. Б. Нюренбергер, О. В. Леушина, Н. А. Лучина // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 12-2 (89). – С. 1102–1106.
5	Нюренбергер Л. Б. Покупательские предпочтения жителей мегаполиса / Л. Б. Нюренбергер, А. С. Алимпиева // Научное обозрение. – 2016. – № 6. – С. 158–164.
6	Нюренбергер Л. Б. Мотивационные аспекты формирования потребительской лояльности / Л. Б. Нюренбергер, О. В. Леушина, И. М. Карицкая // Общественные науки. – 2016. – № 2-2. – С. 201–206.
7	Нюренбергер Л. Б. Подходы к оценке коммерческой эффективности бизнеса / Л. Б. Нюренбергер // Международный научно-исследовательский журнал. – 2015. – № 9-1 (40). – С. 60–62.

## СВЕДЕНИЯ

о ведущей организации по диссертации **Сухостав Елизаветы Васильевны**  
**«Управление омниканальным маркетингом в организациях розничной торговли»**,  
представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук  
по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)

<b>Полное и сокращенное наименование ведущей организации</b>	ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»
<b>Индекс, почтовый адрес организации</b>	117997, г. Москва, Стремянный пер., 36
<b>Телефон</b>	+7 (495) 958-27-43
<b>Адрес электронной почты</b>	rector@rea.ru
<b>Адрес официального сайта в сети «Интернет»</b>	<a href="https://www.rea.ru/">https://www.rea.ru/</a>
<b>Список основных научных публикаций по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг) за последние 5 лет (не более 15 публикаций)</b>	
1	Муртузалиева, Т. В. Система непрерывного контроля за показателями ожиданий потребителей / Т. В. Муртузалиева, Р. Р. Сидорчук, И. И. Скоробогатых, Б. В. Мусатов // Креативная экономика. – 2019. – Т. 13. – № 2. – С. 371–388.
2	Скоробогатых, И. И. Особенности поведения «цифровых» потребителей / И. И. Скоробогатых, Ж. Б. Мусатова // Проблемы современной экономики. – 2018. – № 4(68). – С. 127–130.
3	Скоробогатых, И. И. Маркетинг в условиях развития цифровой экономики / И. И. Скоробогатых, П. Ю. Невоструев, Ж. Б. Мусатова, Н. И. Ивашкова // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2018. – № 3. – С. 170–179.
4	Мусатова, Ж. Б. Влияние информационных технологий на трансформацию потребительского опыта / Ж. Б. Мусатова, И. И. Скоробогатых, И. В. Аввакумова, Б.В. Мусатов. // Инициативы XXI века. – 2018. – № 3-4. – С. 55-59.
5	Твердохлебова, М. Д. Формы маркетинговой активности компании в интернет-среде / М. Д. Твердохлебова // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2018. – № 6. – С. 183-186.
6	Невоструев, П. Ю. Управление пожизненной ценностью клиентов через повышение удовлетворенности качеством и скоростью обратной связи / П. Ю. Невоструев, Ж. Б. Мусатова // Научные исследования и разработки. Экономика фирмы. – 2018. – Т. 7. – № 1. – С. 44-49.
7	Мусатова, Ж. Б. Технологии маркетинга на службе практиков / Ж. Б. Мусатова // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2017. – № 4. – С. 318-324.
8	Скоробогатых, И. И. Маркетинг: от транзакций к ценностям. Эволюция маркетинга и эволюция маркетинговых определений в мире и в России / И. И. Скоробогатых // Маркетинг в России и за рубежом. – 2017. – Т. 2017. – С. 178.
9	Мусатова, Ж. Б. Трансформация моделей потребительского поведения и управление клиентским опытом / Ж. Б. Мусатова, И. И. Скоробогатых // Вестник факультета управления СПбГЭУ. – 2017. – № 1-1. – С. 294-298.
10	Никишкин, В. В. Актуальные тенденции развития маркетингового инструментария розничных торговых предприятий / В. В. Никишкин, М. Д. Твердохлебова // Практический маркетинг. – 2017. – № 4 (242). – С. 12-17.
11	Просвиркин, Б. Л. Управление товарным ассортиментом розничного торгового предприятия: цели и подходы / Б. Л. Просвиркин, Б. В. Мусатов, А. Н. Бекетов // Инициативы XXI века. – 2016. – № 1. – С. 18-21.
12	Никишкин, В. В. Исследования в маркетинге ретейла: состояние и перспективы / В. В. Никишкин // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2016. – № 6. – С. 488-494.

13	Скоробогатых, И. И. Смарт-маркетинг: технологии, инструменты, оценка эффективности / И. И. Скоробогатых, Ж. Б. Мусатова // Казанский экономический вестник. – 2015. – № 5 (19). – С. 92–96.
----	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------