

## Сведения о ведущей организации

по диссертации Савидова Максима Алексеевича на тему:

«Формирование модели интегрированных маркетинговых коммуникаций для продвижения пивоваренной продукции в Российской Федерации» по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг) на соискание ученой степени кандидата экономических наук

Полное наименование организации	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления»
Сокращённое наименование организации	ФГБОУ ВО ГУУ
Ведомственная принадлежность	Министерство образования и науки Российской Федерации
Почтовый индекс, адрес организации	109542, Москва, Рязанский проспект, 99
Веб-сайт	<a href="https://guu.ru">https://guu.ru</a>
Телефон	+7 (495) 377-89-14
Адрес электронной почты	<a href="mailto:inf@guu.ru">inf@guu.ru</a>
Список основных публикаций работников ведущей организации по теме диссертации в рецензируемых научных изданиях за последние 5 лет (не более 15 публикаций)	
1. Азоев Г.Л., Быкова М.К. 3D-модель продвижения нанотехнологических инноваций / Ж. Маркетинговые исследования. – 2013 – № 5. – С. 370-382.	
2. Сумарокова Е.В., Бутковская Г.В., Бутковский Ю.В. Практические аспекты применения модели операционного digital-маркетинга / Ж. Интернет-маркетинг. – 2016 – № 6. – С. 354-364.	
3. Токарев Б.Е. Маркетинговые исследования инновационных продуктов: синхронизация этапов / Ж. Интернет-журнал Науковедение. – 2013. – № 6 (19). – С. 101.	
4. Азоев Г.Л., Старостин В.С. Персонализация продуктовых предложений / Ж. Маркетинг – 2012. – № 6 (128). – С. 19-41.	
5. Алешникова В.И. Формирование портфеля маркетинговых каналов взаимодействия государства и общества / Ж. Регион: системы, экономика, управление – 2014. – № 2 (25). – С. 8-13.	
6. Алешникова В.И. Формирование и продвижение бренда территории / Ж. Управленческие науки – 2013. – № 1. – С. 54-59.	

7. Семёнов И.В. Эволюция стратегической ориентации организации в условиях рыночной экономики / Ж. Вестник Университета (Государственный университет управления) – 2014. – № 21. – С. 144-147
8. Захаренко И.К., Сумарокова Е.В. Маркетинговые инструменты формирования и развития человеческого капитала компании / Вестник Университета (Государственный университет управления) – 2013. – № 15. – С. 98-103.
9. Челенков А.П., Азоев А.Г. Персонализация маркетинговых коммуникаций / Ж. Маркетинг – 2013. – № 3 (130). – С. 67-76.
10. Мошкова Л.Е., Силина С.А. Интеграция коммуникаций – эффективный инструмент формирования партнерских отношений заинтересованных сторон / Ж. Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление – 2012. – № 16. С. 117-130.
11. Орлова М.В., Сержантов А.А., Черских А.А. Современные маркетинговые технологии в рекламном бизнесе / Ж. Вестник Университета (Государственный университет управления) – 2016. – № 3. – С. 44-48.
12. Старостин В.С., Чернова В.Ю. Переориентация маркетинговой стратегии ведущих тнк в условиях кризисных явлений в российской экономике / Ж. Экономика и предпринимательство – 2016. – № 6 (71). – С. 328-331.
13. Ольховников А.В. К вопросу о моделях рекламного воздействия: основные концептуальные подходы / Ж. Реклама: теория и практика – 2016. – № 3. – С. 134-141.
14. Ольховников А.В. Системный подход к проектированию исследований в структуре рекламной кампании / Ж. Вестник Университета (Государственный университет управления) – 2013. – № 9. – С. 75-82.
15. Челенков А.П., Сопина Т.Е. Маркетинг взаимоотношений: системы управления / Ж. Маркетинг и маркетинговые исследования – 2012. – № 4. – С. 286-301.

Верно

Проректор  
ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»,  
к.г.н., доцент



И.Н. Михайлов

« 27 » февраля 2017 г.