

Сведения об официальном оппоненте

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

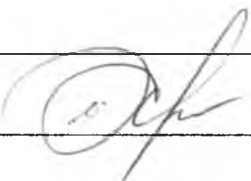
Фамилия, имя, отчество	Христофорова Ирина Владимировна
Гражданство	Российская Федерация
Ученая степень (с указанием шифра специальности научных работников, по которым защищена диссертация)	Доктор экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)
Ученое звание (по кафедре, специальности)	Профессор по кафедре менеджмента и маркетинга
Основное место работы	
Полное наименование организации в соответствии с уставом	Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Московской области «Технологический университет».
Наименование подразделения	Кафедра дизайна
Должность	Заведующая кафедрой
Публикации по теме диссертации в рецензируемых научных изданиях (не более 15 публикаций за последние пять лет)	
1. Христофорова И.В. Имидж как нематериальный актив и его роль в обеспечении конкурентоспособности образовательной организации, Монография / И.В. Христофорова [и др.] // Москва: КноРус, 2017	
2. Христофорова И.В. Роль фирменного стиля в формировании и продвижении бренда образовательной организации/ И.В. Христофорова [и др.] // Сборник «Перспективы развития российской науки» по материалам научно-практической конференции. Лаборатория прикладных экономических исследований им. Кейнса. 2016. С. 38-49.	
3. Христофорова И.В. Управление конкурентоспособностью промышленных предприятий региона на основе инновационно-маркетинговых технологий	
4. Монография / И.В. Христофорова [и др.] // Москва: Научный консультант, 2016	

5. Христофорова И.В. Актуальность научных исследований по оценке имиджа в образовании и основные аспекты их организации и проведения / Сборник трудов по материалам III Международной научно-практической интернет-конференции «Инновационные технологии в современном образовании», 2016. – С. 701-704.
6. Христофорова И.В. Маркетинговые исследования в fashion-индустрии как основа разработки механизма формирования ассортиментной матрицы / И.В. Христофорова [и др.] // Ж. Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2016. – № 1. – С. 52-66.
7. Христофорова И.В. Маркетинговые коммуникации в сфере услуг: специфика применения и инновационные подходы. Монография / И.В. Христофорова [и др.] // Москва: Инфра-М, 2015
8. Христофорова И.В. Корпоративное управление в России: формирование и развитие комплекса интеграционных стратегий. Монография / И.В. Христофорова [и др.] // Москва: Научный консультант, 2015
9. Христофорова И.В. Стратегии маркетинга как фактор повышения конкурентоспособности управляющих компаний на рынке услуг паевых инвестиционных фондов России. Монография / И.В. Христофорова [и др.] // Москва: М-ИД «Ваш полиграфический партнер», 2014.
10. Христофорова И.В. Интеграционные стратегии современной образовательной организации: сущность, цели, виды и опыт реализации / И.В. Христофорова [и др.] // Сборник материалов Международной научно-практической конференции «Перспективы, организационные формы и эффективность развития сотрудничества российских и зарубежных ВУЗов». Москва, 2014 – С. 205-214.
11. Христофорова И.В. Экономический кризис как стимул для развития инновационных коммуникаций предприятий сферы услуг / И.В. Христофорова [и др.] // Сборник статей открытой научно-практической конференции преподавателей кафедры экономики «Инновационное развитие экономики»

систем: тенденции и перспективы». г. Королёв, 2014. – С. 26-33.

12. Христофорова И.В. Проблемы и перспективы стратегического развития корпораций в России/ И.В. Христофорова [и др.] // Ж. Вопросы региональной экономики. 2013. Т. 16. № 3. С. 14-19.

Официальный оппонент



Христофорова И.В.

Верно

Проректор по научной работе
и инновационной деятельности




Старцев В.А.

20.02.2017