

### Сведения о научном руководителе

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 учёной степени кандидата наук

Фамилия, имя, отчество	Парамонова Татьяна Николаевна
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 маркетинга и рекламы
Основное место работы:	
Полное наименование организации в соответствии с уставом	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Российский государственный гуманитарный университет» (РГГУ)
Наименование подразделения	Факультет Управления, кафедра маркетинга и рекламы
Должность	профессор
Публикации по теме диссертации в рецензируемых научных изданиях (не более 15 публикаций за последние пять лет)	
1. Парамонова Т.Н., Савидов М.А. Анализ информационного поля пивоваренной отрасли в период за 2012 - первую половину 2015 гг. / Ж. Практический маркетинг. – 2016 – №1 (227). – С.29-33.	
2. Парамонова Т.Н., Савидов М.А. TTL-революция, или как построить эффективную коммуникацию. / Ж. Маркетинговые коммуникации. – 2013 – №4 (76). – С.232-238.	
3. Парамонова Т.Н., Рамазанов И.А., Урясьева Т.И., Попова И.Н. Влияние современной маркетинговой среды на развитие российского продовольственного ритейла. / Ж. Известия Уральского государственного экономического университета. – 2015 – №6	
4. Парамонова Т.Н., Рамазанов И.А., Урясьева Т.И. Влияние маркетинговой среды на традиции потребления россиян. / Ж. Практический маркетинг. – 2015 – №11(225). – С. 21-26.	
5. Парамонова Т.Н., Рамазанов И.А., Урясьева Т.И. Продовольственная	

инфляция в России и пути её преодоления./ Ж.Практический маркетинг. – 2016 - №6. - С.34-40.

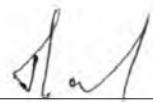
6. Парамонова Т.Н.,Зинцова М.В. CRM как инструмент повышения уровня лояльности клиентов. NEW APPROACHES IN ECONOMY AND MANAGEMENT: materials of the V international scientific conference on September 15-16, 2015. Prague

7. Парамонова Т.Н. Возможности внедрения концепции omni-channel в России. Свидетельство о регистрации электронного ресурса № 21085 Объединённый фонд электронных ресурсов «НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ» 21 июля 2015

8. Парамонова Т.Н. Оценка коммуникативной эффективности выставочной деятельности. Наука и образование в XXI веке. Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 30 сентября 2013 г. Тамбов: Изд-во ТРОО «Бизнес-Наука-Образование»,2013,с.86-88.

9. Парамонова Т.Н.,Попова И.Н. Проблемы развития российского ритейла./ Ж. Практический маркетинг. 2014 .№4(206), С.20 – 25.

Научный руководитель



Парамонова Т.Н.

М.П.

«14» февраля 2017 г.

*Начальник Управления кадров*

Начальник Управления кадров



Н.Н. Назарова