

Сведения об официальном оппоненте
 по диссертации Харионовской Аллы Борисовны на тему
 «Совершенствование маркетинговой деятельности компании с учетом
 устойчивости рыночных сегментов» по специальности 08.00.05 – Экономика
 и управление народным хозяйством (маркетинг)
 на соискание учёной степени кандидата экономических наук

Фамилия, имя, отчество	Ребязина Вера Александровна
Гражданство	Российская Федерация
Ученая степень (с указанием шифра специальности научных работников, по которой защищена диссертация)	Кандидат экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
Ученое звание	-
Основное место работы	
Полное наименование организации в соответствии с уставом	Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
Наименование подразделения	кафедра стратегического маркетинга
Должность	доцент
Публикации в соответствующей сфере исследования в рецензируемых научных изданиях (не более 15 публикаций за последние пять лет)	
1. Smirnova, M. M., Frösén J., Rebiagina V. A. Customer orientation as a multidimensional construct: Evidence from the Russian markets // Journal of Business Research. 2018. - V. 86. - P. 457-467.	
2. Гулакова, О. В., Ребязина В. А. Клиентоориентированность компаний на российском рынке: декларация или реальность? // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. 2017. - Т. 16. - № 3. - С. 398-423.	
3. Давий А. О., Ребязина В. А., Смирнова М. М. Барьеры и драйверы при совершении интернет-покупок в России: результаты эмпирического исследования // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент. – 2018. Т. 17. № 1. С. 69-98.	
4. Rebiagina V. A. Marketing in an emerging economy: The Russian e-commerce market // Research Handbook of Marketing in Emerging Economies. – Edward Elgar Publishing Ltd., 2017. – P. 241-264.	
5. Ребязина В. А., Давий А. О., Карлова Я. И. Анализ использования маркетинговых метрик российскими компаниями-производителями товаров	

повседневного спроса // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. – 2016. – №. 1. – С. 108-130.

6. Панин В. М., Ребязина В. А. Влияние клиентоориентированности на удовлетворенность клиентов российских компаний: результаты эмпирического исследования // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2016. – Т. 3. – С. 168-182.

7. Рожков, А. Г., Ребязина В. А., Смирнова М. М. Ориентация компании на клиента: результаты эмпирической проверки на примере российского рынка // Российский журнал менеджмента. 2014. - Т. 12. - № 3. - С. 33-58.

8. Кусраева О. А., Ребязина В. А. Использование традиционных и инновационных маркетинговых практик российскими компаниями: результаты эмпирического исследования // Инновации. 2016. Т. 217. № 11. С. 39-49.

9. Гулакова О. В., Панин В. М., Ребязина В. А. Оценка клиентоориентированности компании: разработка комплексной шкалы и ее адаптация к условиям российского рынка // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. – 2016. – №. 6. – С. 87-111.

10. Rozhkov A. G., Smirnova M. M., Rebiazina V. A. Customer orientation in emerging markets: concepts and empirical tests // Emerging Markets and the Future of the BRIC Nations. Massachusetts : Edward Elgar, 2015. Ch. 10. P. 170-191.

11. Третьяк О. А., Ребязина В. А., Ветрова Т. В. Современные маркетинговые практики в России: результаты эмпирического исследования // Российский журнал менеджмента. 2015. Т. 13. № 1. С. 3-26.

12. Гулакова О. В., Ребязина В. А., Смирнова М. М. Специфика клиентоориентированности компаний на российском рынке: результаты эмпирического исследования // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент. 2015. № 4. С. 39-73.

Официальный оппонент

Верно:

Ребязина В.А.
 Ребязина В.А.
 Подпись заверяю
 СПЕЦИАЛИСТ ПО
 КАДРОВОМУ ДЕЛОПРОИЗВОДСТВУ
 ОТДЕЛА ПО КАДРОВОМУ АДМИНИСТРИРОВАНИЮ
 УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ
 МЕРЗЛЯКОВА Ж. Р.
 22.02.2019