

Сведения о ведущей организации

по диссертации Шейниной Марьяны Александровны на тему
«Совершенствование продвижения в сети Интернет на основе
персонализации баннерной рекламы» по специальности 08.00.05 –
Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг) (экономические
науки) на соискание ученой степени кандидата экономических наук

Полное наименование организации	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный гуманитарный университет»
Ведомственная принадлежность	Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Почтовый индекс, адрес организации	125993, город Москва, Миусская площадь, 6.
Веб-сайт	www.rsuh.ru
Телефон	+7 (495) 250-61-18
Адрес электронной почты	rsuh@rsuh.ru
Список основных публикаций работников ведущей организации в соответствующей отрасли науки в рецензируемых научных изданиях за последние 5 лет (не более 15 публикаций)	
1. Абаев, А. Л. Внутренний маркетинг и информационно-коммуникационная модель развития персонала в условиях цифровой экономики / А. Л. Абаев, Т. В. Боровикова, М. Т. Гуриева // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2020. – Т. 2. – № 8. – С. 88–93.	
2. Архипова, Н. И. Предпосылки к развитию гуманистического маркетинга в современных условиях / Н. И. Архипова, М. Т. Гуриева // Вестник РГГУ. Серия: Экономика. Управление. Право. – 2019. – № 1. – С. 8–18.	
3. Архипова, Н. Современные тенденции развития цифрового маркетинга / Н. Архипова, М. Гуриева // Вестник РГГУ. Серия: Экономика. Управление. Право. – 2018. – № 1 (11). – С. 9–21.	
4. Калинина, Л. Л. Социальная реклама и ее роль в современном российском обществе / Л. Л. Калинина // Вестник РГГУ. Серия: Экономика. Управление. Право. – 2020. – № 3. – С. 15–24.	

5. Корчагова, Л. А. Анализ продвижения вузов в социальных сетях / Л. А. Корчагова // Вестник РГГУ. Серия: Экономика. Управление. Право. – 2019. – № 1. – С. 31–43.
6. Малыгин, А. В. Маркетинг спортивного события: анализ ключевых характеристик и типовых маркетинговых функций / А. В. Малыгин // Современная конкуренция. – 2017. – Т. 11. – № 6 (66). – С. 52–62.
7. Новиков, О. А. Таргетинги в видеорекламе как инструмент повышения эффективности проведения рекламной кампании в Интернете / О. А. Новиков, Т. Т. Чиковани // Экономические системы. – 2017. – Т. 10. – № 2 (37). – С. 100–103.

Ведущая организация подтверждает, что соискатель и его научный руководитель не являются её сотрудниками и соискатель не имеет научных работ по теме диссертации, подготовленных на базе ведущей организации или в соавторстве с её сотрудниками.

Верно.

«07» апреля 2021 г.

Первый проректор – проректор по науке



Павленко О.В