

## Сведения о ведущей организации

по диссертации Назаровой Эльмиры Аляровны на тему

«Совершенствование методов формирования и оценки маркетингового потенциала региона» по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг) на соискание ученой степени кандидата экономических наук

Полное наименование организации	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»
Ведомственная принадлежность	Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Почтовый индекс, адрес организации	344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, д. 69
Веб-сайт	<a href="https://rsue.ru/">https://rsue.ru/</a>
Телефон	(863) 263-30-80
Адрес электронной почты	main@rsue.ru
Список основных публикаций работников ведущей организации в соответствующей отрасли науки в рецензируемых научных изданиях за последние 5 лет (не более 15 публикаций)	
1. Сагидуллаева М.С., Осовцев В.А. Особенности и проблематика формирования подсистемы адаптивного управления стратегическим маркетингом в сфере внутреннего туризма // Российский экономический интернет-журнал. 2019. № 3. С. 72. 0,3 п.л.	
2. Пономарева А.М., Пономарев А.И. Территориальный брендинг как составляющая стратегии развития территории // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2019. № 9 (112). С. 31-36. 0,5 п.л.	
3. Бондаренко В.А., Гузенко Н.В. Новое развитие старопромышленных регионов: зарубежный опыт и возможности его применения в России // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2020. № 2 (70). С. 87-95. 0,5 п.л.	
4. Arkin P., Abushova E., Bondarenko V., Przdetskaya N. THE CONCEPT OF "SMART CITIES": PROSPECTS FOR THE TELECOMMUNICATIONS BUSINESS AND THE CURRENT TREND IN THE DEVELOPMENT OF MODERN SOCIETY // Lecture Notes in Computer Science. 2020. Т. 12526 LNCS. С. 308-317. 0,6 п.л.	



5. Бондаренко В.А., Полуянова Н.В. Социальное предпринимательство в осуществлении региональной социально-экономической политики, ориентированной на территориальное развитие // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2020. № 2 (70). С. 38-45. 0,5 п.л.
6. Бондаренко В.А., Толстяков Р.Р., Иванченко О.В. Использование геозонного маркетинга и WI-FI-сканирования в привлечении потребителей // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского. 2020. № 4 (78). С. 83-90. 0,5 п.л.
7. Бондаренко В.А., Дадаян Н.А., Румянцев Н.Г. Маркетинг территории: эволюция, особенности теоретического обоснования и сложности практического воплощения в регионах России // Практический маркетинг. 2021. № 9 (295). С. 25-29. 0,5 п.л.
8. Пономарева А.М., Пономарев М.А. Ко-маркетинг территориальных и коммерческих брендов // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2021. № 3. С. 41-45. 0,4 п.л.
9. Пономарева А.М., Пономарев М.А., Стельмах С.А. Городская элита как фактор влияния на территориальный бренд // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2020. № 3 (118). С. 143-146. 0,4 п.л.
10. Sozinova A.A., Bondarenko V.A., Smokova M., Rummyantsev N.G. ACTUALIZATION OF THE "GREEN" IMAGE FOR TERRITORIAL DEVELOPMENT // Theoretical and Applied Ecology. 2022. № 2. С. 228-233. 0,6 п.л.
11. Бондаренко В.А., Воронов А.А., Полуянова Н.В. Маркетинговые аспекты реализации социально-экономической политики в устойчивом развитии регионов России // Маркетинг в России и за рубежом. 2022. № 1. С. 12-18. 0,5 п.л.

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

Заведующий кафедрой  
маркетинга и рекламы

Бондаренко В. А

«02» 06

