

Сведения о ведущей организации

по диссертации Щепетовой Инны Викторовны на тему

«Развитие методов исследования клиентского опыта в сфере общественного питания» по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (10.

Маркетинг) (экономические науки) на соискание ученой степени

кандидата/доктора экономических наук

Полное наименование организации	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова», экономический факультет, кафедра маркетинга
Ведомственная принадлежность	Правительство Российской Федерации
Почтовый индекс, адрес организации	Российская Федерация, 119991, г. Москва, Ленинские горы, дом 1, строение 46, Экономический факультет, кафедра маркетинга
Веб-сайт	https://www.econ.msu.ru/
Телефон	+74959395722
Адрес электронной почты	office@econ.msu.ru
Список основных публикаций работников ведущей организации в соответствующей отрасли науки в рецензируемых научных изданиях за последние 5 лет (не более 15 публикаций)	
1. Герасименко В.В., Хейрбейк Ю.А., Основные факторы потребительского выбора кинопродукции на российском рынке, Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика, издательство Изд-во Моск. ун-та (М.), 2023, № 4, с. 201-222	
2. Герасименко В.В., Троценко А.Н., Особенности потребительского выбора товаров устойчивой моды, Маркетинг в России и за рубежом, издательство ООО "Финпресс" (Москва), 2023, № 2, с. 31-41	
3. Герасименко В.В., Рыжих А.И., Маркетинговые стратегии предприятий розничной торговли в условиях цифровизации, Инновации и инвестиции, издательство Общество с ограниченной ответственностью "Русайнс" (Москва), 2022, том 1, № 4, с. 67-73	
4. Gerasimenko VV, Golovanova E., Evaluation of consumer behaviour on the Internet under the conditions of pandemic shock based on search activity in the luxury segment, Population and Economics, издательство Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (Москва), 2021, № 5(2), с. 16-28	

5. Gerasimenko V., Andreyuk D., Kurkova D. Approach for management of brand positioning: quantification of value matching between brand and target audience, Polish Journal of Management Studies, 2021, том 24, с. 96-111
6. Герасименко В.В., Айрапетян М.Р., Влияние кросс-культурного аспекта на потребление люксовых брендов на международном и российском рынках, Маркетинг в России и за рубежом, издательство ООО "Финпресс" (Москва), 2021, № 2, с. 43-81
7. Герасименко В.В., Чесноков А.А., Романова Ю.А., Изучения клиентского опыта с использованием контент-анализа для повышения привлекательности бренда работодателя, Маркетинг и маркетинговые исследования, 2021, № 01 (143), с. 48-58
8. Герасименко В.В., Слепенкова Е.М., Трансформация методов и инструментов конкурентного анализа в условиях цифровой экономики, Вестник Московского университета. Серия б: Экономика, издательство Изд-во Моск. ун-та (М.), 2019, № 6, с. 126-146
9. Слепенкова Е.М., Лаврова А.М., Ламкова А.В., Полякова Н.С., Проблема лидерства на российском рынке цифровой дистрибуции компьютерных игр, Современная конкуренция, 2019, том 13, № 2 (74), с. 20-36 DOI
10. Куркова Д.Н. Новые формы взаимодействия поставщиков и потребителей в цифровой рыночной среде, Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал экономического факультета МГУ имени М.В.Ломоносова, 2023, том 15, № 1
11. Герасименко В.В., Идеология осознанного потребления и восприятие ценностей бренда, Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал экономического факультета МГУ имени М.В.Ломоносова, 2021, том 13, № 3, с. 7-24 DOI
12. Саркисян А.В., Симонов К.В., Увеличение пожизненной ценности клиентов центра косметологической медицины посредством омниканальных коммуникаций, Russian Economic Bulletin, издательство Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования Дагестанский государственный педагогический университет (Махачкала), 2023, том 6, № 2, с. 337-340
13. Симонов К.В., Лояльность экспонентов российской отраслевой выставки в контексте их бизнес-целей и клиентского опыта в журнале Маркетинг и маркетинговые исследования, 2022, № 4(150), с. 306-316
14. Osipov V.S., Larionova E.I., Sigarev A.V., Mishchenko V.V., The key types of economic activities in the pleasure economy in the context of developing countries' transition to industry 4.0, 2021, International Journal of Trade and Global Markets, издательство Inderscience Publishers (United Kingdom), № 14, с. 413-422 DOI

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

Декан,
д.э.н., профессор

Аузан Александр Александрович

«09» октября 2023 г.

