

Сведения об официальном оппоненте
 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) на соискание учёной степени кандидата
 экономических наук

Фамилия, имя, отчество	Окольнишникова Ирина Юрьевна
Гражданство	Российская Федерация
Ученая степень (с указанием шифра специальности научных работников, по которой защищена диссертация)	доктор экономических наук по специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг»
Ученое звание	профессор
Основное место работы	
Полное наименование организации в соответствии с уставом	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления»
Наименование подразделения	кафедра маркетинга услуг и бренд-менеджмента Института маркетинга
Должность	заведующий кафедрой
Работа по совместительству	
Полное наименование организации в соответствии с уставом	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления»
Наименование подразделения	кафедра маркетинга Института маркетинга
Должность	профессор
Публикации в соответствующей сфере исследования в рецензируемых научных изданиях (не более 15 публикаций за последние пять лет)	
1. Сажина А.И., Кузменко Ю. Г., Окольнишникова И. Ю. Исследование влияния организации масштабных событий как элемента маркетинга территорий на лояльность населения региона // Вестник Удмуртского университета. Серия «Экономика и право». 2021. №2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-vliyaniya-organizatsii-masshtabnyh-sobytyiy-kak-elementa-marketinga-territoriy-na-loyalnost-naseleniya-regiona (дата обращения: 09.10.2023).	
2. Окольнишникова, И. Ю. Методология развития рынка услуг предприятий питания в крупнейших городах России: маркетинговый и	

логистический аспекты: монография / И. Ю. Окольнишникова, Ю. Г. Кузменко, Е. Д. Конькова. – М.: Креативная экономика, 2019. - 192 с. - ISBN 978-5-91292-297-8. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1977912> (дата обращения: 09.10.2023).

3. Асташова Ю.В., Окольнишникова И.Ю., Гатилова О.Н. Маркетинговый анализ рынка технологического оборудования для отечественной лесозаготовительной промышленности // Вестник ГУУ. 2021. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovyy-analiz-rynka-tehnologicheskogo-oborudovaniya-dlya-otechestvennoy-lesozagotovitelnoy-promyshlennosti> (дата обращения: 09.10.2023).

4. Старостин В. С., Окольнишникова И. Ю. Маркетинговые интернет-технологии в малом бизнесе: современные реалии и подходы к исследованию // Вестник Удмуртского университета. Серия «Экономика и право». 2020. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovye-internet-tehnologii-v-malom-biznese-sovremennye-realii-i-podhody-k-issledovaniyu> (дата обращения: 09.10.2023).

5. Окольнишникова И. Ю., Ухова А. И. Формирование «цифровой культуры» персонала как условия маркетингового продвижения брендов российских университетов в эпоху цифровой трансформации // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. 2021. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-tsifrovoy-kultury-personala-kak-uslovie-marketingovogo-prodvizheniya-brendov-rossiyskih-universitetov-v-epohu> (дата обращения: 09.10.2023).

6. Окольнишникова И.Ю., Кузменко Ю. Г., Ухова А. И. Выпускники как индикатор качества образовательных услуг российских вузов: маркетинговое исследование состояния и основных вызовов рынка труда // Вестник Удмуртского университета. Серия «Экономика и право». 2019. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vypuskniki-kak-indikator-kachestva-obrazovatelnyh-uslug-rossiyskih-vuzov-marketingovoe-issledovanie-sostoyaniya-i-osnovnyh-vyzovov> (дата обращения: 09.10.2023).

7. Терентьева А. Е., Ухова А. И., Окольнишникова И. Ю. Совершенствование работы call-центра на рынке платных медицинских услуг с позиции маркетинга // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. 2021. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-raboty-call-tsentra-na-rynke-platnyh-meditsinskih-uslug-s-pozitsii-marketinga> (дата обращения: 09.10.2023).

Подтверждаю, что не являюсь:

– государственным (муниципальным) служащим, выполняющим работу, которая влечет за собой конфликт интересов, способный повлиять на принимаемые решения;

– соавтором соискателя ученой степени по опубликованным работам по теме диссертации;

– работником РЭУ им. Г.В. Плеханова (в т.ч. и по совместительству);

– работником организации (в т.ч. и по совместительству), где выполнялась диссертация или работает соискатель ученой степени, его научный руководитель или научный консультант;

– работником организации, где ведутся научно-исследовательские работы, по которым соискатель ученой степени является руководителем или работником организации – заказчика или исполнителем (соисполнителем).

Официальный оппонент _____ И. Ю. Окольнишникова

Верно:

зам

«09» октября 2023 г.