

Сведения о ведущей организации

по диссертации Кулаковой Екатерины Юрьевны на тему «Совершенствование маркетинговых технологий продвижения бизнес-образования вуза в информационном обществе» по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (10. Маркетинг) на соискание учёной степени кандидата экономических наук

Полное наименование организации	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления»
Ведомственная принадлежность	Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Почтовый индекс, адрес организации	109542, г. Москва, Рязанский проспект, 99
Веб-сайт	https://guu.ru/
Телефон	+7 (495) 377-89-14
Адрес электронной почты	inf@guu.ru
Список основных публикаций работников ведущей организации в соответствующей отрасли науки в рецензируемых научных изданиях за последние 5 лет (не более 15 публикаций)	
1. Аржанова, К.А. Сравнительный анализ моделей бренда вуза / К.А. Аржанова // Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право. – 2024. – Т. 34, № 3. – С. 407-414. – DOI 10.35634/2412-9593-2024-34-3-407-414. – EDN CKLFGC.	
2. Старостин, В.С. Маркетинговые приоритеты использования нейросетей в клиентоориентированном бизнесе / В.С. Старостин, Р.Р. Юрченко // Муниципальная академия. – 2024. – № 4. – С. 228-238. – DOI 10.52176/2304831X_2024_04_228. – EDN TLXSDA.	
3. Азоев, Г.Л. Рентабельная стоимость студенческой учебной группы и корректировка портфеля образовательных программ / Г.Л. Азоев // Вестник университета. – 2023. – № 5. – С. 141-150. – DOI 10.26425/1816-4277-2023-5-141-150. – EDN FPUCKD.	

4. Котова, А.Н. Экосистемная геймификация как маркетинговый инструмент привлечения новых пользователей / А.Н. Котова, А.Л. Горчакова, Е.В. Сумарокова // Молодой ученый. – 2023. – № 5(452). – С. 217-219. – EDN AWUSIN.
5. Продвижение образовательной организации посредством цифровой платформы, основывающейся на технологиях искусственного интеллекта / В.С. Старостин, Д.В. Долгополов, К.А. Аржанова, Д.С. Ширяев // Управленческий учет. – 2023. – № 12-1. – С. 65-73. – DOI 10.25806/uu12202365-73. – EDN VIDBSR.
6. Кокорева, Н.В. Управление бренд-коммуникациями в цифровом обществе: теория и практика / Н.В. Кокорева, Г.А. Крючкова, С.А. Силина // Маркетинг в России и за рубежом. – 2023. – № 5. – С. 60-66. – EDN OBKXZP.
7. Вечкинзова, Е.А. Анализ маркетинговой среды российского рынка тематических онлайн-платформ / Е.А. Вечкинзова, Л.П. Стеблякова, В.И. Алешникова // Экономика, предпринимательство и право. – 2023. – Т. 13, № 11. – С. 5189-5208. – DOI 10.18334/epp.13.11.119788. – EDN MHZRFR.
8. Азоев, Г.Л. AI-технология оценки востребованности новых цифровых продуктов / Г.Л. Азоев, Е.В. Сумарокова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2022. – № 6. – С. 20-26. – EDN PFCYVW.
9. Шишакова, Ю.В. Современные факторы эффективности применения цифровых технологий в продвижении брендов / Ю.В. Шишакова, Н.А. Башкина // E-Management. – 2022. – Т. 5, № 4. – С. 106-112. – DOI 10.26425/2658-3445-2022-5-4-106-112. – EDN HXYHIE.
10. Орлова, М.В. Влияние современных технологий на клиентоориентированность компаний / М.В. Орлова, В.В. Орлов, С.А. Силина // Маркетинг в России и за рубежом. – 2022. – № 1. – С. 37-44. – EDN XEZRKE.
11. Шишакова, Ю.В. Особенности применения инструментов интернет-маркетинга в формировании взаимоотношений с клиентами на потребительских рынках / Ю.В. Шишакова, Н.В. Кокорева, С.А. Силина // Маркетинг в России и за рубежом. – 2022. – № 2. – С. 88-96. – EDN WOALTY.
12. Азоев, Г.Л. Краткосрочное прогнозирование спроса на новые цифровые продукты: опыт института маркетинга ГУУ / Г.Л. Азоев, Е.В. Сумарокова // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2021. – № 4. – С. 248-257. – DOI 10.36627/2074-5095-2021-4-4-248-257. – EDN GTTDPR.
13. Кокорева, Н.В. Актуализация сторителлинга в продвижении и формировании образа бренда / Н. В. Кокорева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2021. – № 3. – С. 52-58. – EDN FCJZKT.

14. Бычкова, С.Г. Повышение конкурентоспособности высшего профессионального образования в России: страновые тенденции и направления развития / С.Г. Бычкова, Н.В. Кокорева, С.А. Силина // Маркетинг в России и за рубежом. – 2021. – № 6. – С. 69-74. – EDN LRJFLS.

15. Окольнішнікова, І.Ю. Формирование «цифровой культуры» персонала как условие маркетингового продвижения брендов российских университетов в эпоху цифровой трансформации / И. Ю. Окольнішнікова, А.И. Ухова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. – 2021. – Т. 15, № 3. – С. 175-182. – DOI 10.14529/em210318. – EDN UXHNMM.

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.

Проректор

М.Ю.Карелина

«07» 04 2025 г.

