

Сведения о ведущей организации

по диссертации Апатовой Анны Валерьевны на тему «Маркетинговые технологии вовлечения потребителей в совместное создание ценности на рынке B2B» по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (10. Маркетинг) на соискание ученой степени кандидата экономических наук

Полное наименование организации	Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Самарский государственный экономический университет»
Ведомственная принадлежность	Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Почтовый индекс, адрес организации	443090, Самарская обл., г. Самара, ул. Советской Армии, д. 141
Веб-сайт	https://www.sseu.ru/
Телефон	+7 (846) 933-87-78
Адрес электронной почты	rector@sseu.ru
Список основных публикаций работников ведущей организации в соответствующей отрасли науки в рецензируемых научных изданиях за последние 5 лет (не более 15 публикаций)	
1. Кириллова, Л. К. Роль и место карты пути клиента в промышленном маркетинге / Л. К. Кириллова // Экономика и предпринимательство. – 2025. – № 4(177). – С. 1265-1267. – DOI 10.34925/EIP.2025.177.4.221. – EDN TFEMIC.	
2. Кириллова, Л. К. Развитие инструментов и технологий промышленного маркетинга / Л. К. Кириллова // Экономика и предпринимательство. – 2025. – № 4(177). – С. 778-781. – DOI 10.34925/EIP.2025.177.4.132. – EDN RZGUPS.	
3. Кириллова, Л. К. Онлайн-коммуникации на промышленном рынке: направления развития и инструменты / Л. К. Кириллова // Экономика и предпринимательство. – 2025. – № 4(177). – С. 824-827. – DOI 10.34925/EIP.2025.177.4.141. – EDN NFOFDN.	
4. Ивашкова, О. Ю. Управление лояльностью потребителя в ресторанном бизнесе / О. Ю. Ивашкова, И. В. Яхнеева // Экономика устойчивого развития. – 2024. – № 2(58). – С. 115-117. – EDN ICFNJD	
5. Кириллова, Л. К. Методические основы управления проектами в промышленном маркетинге / Л. К. Кириллова // Экономика и предпринимательство. – 2024. – № 4(165). – С. 1092-1095. – DOI 10.34925/EIP.2024.165.4.217. – EDN LUBNTB.	

6. Кириллова, Л. К. Омниканальный маркетинг: факторы формирования и перспективы развития / Л. К. Кириллова // Наука XXI века: актуальные направления развития. – 2024. – № 2-1. – С. 283-289.
7. Кремлев, Н. К. Исследование влияния упаковки на решения потребителей о покупке с использованием нейротехнологий / Н. К. Кремлев, И. В. Яхнеева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2024. – № 5. – С. 29-37.
8. Кремлев, Н. К. Развитие методов взаимодействия с потребителями на основе нейромаркетинга / Н. К. Кремлев, И. В. Яхнеева // Экономика устойчивого развития. – 2024. – № 2(58). – С. 398-402.
9. Ралык, Д. В. Цифровая трансформация и перспективы развития B2B-сервиса в России / Д. В. Ралык, П. А. Евфремов // Финансовый менеджмент. – 2024. – № 3. – С. 34-42.
10. Сосунова, Л. А. Совершенствование внутренних маркетинговых коммуникаций нефтесервисной компании / Л. А. Сосунова, С. Н. Детыминский // Вестник евразийской науки. – 2024. – Т. 16, № 2.
11. Кириллова, Л. К. Концептуальные основы многоканального распределения товаров / Л. К. Кириллова // Проблемы совершенствования организации производства и управления промышленными предприятиями: Межвузовский сборник научных трудов. – 2022. – № 1. – С. 152-158. – DOI 10.46554/OP-MIE-2022.1-pp.152.
12. Кириллова, Л. К. Лояльность потребителей сферы услуг: методический аспект / Л. К. Кириллова // Экономика и предпринимательство. – 2022. – № 2(139). – С. 877-880. – DOI 10.34925/EIP.2022.139.2.168.
13. Агафонова, А. Н. Оценка эффективности внутреннего маркетинга и его влияния на конкурентоспособность бизнеса / А. Н. Агафонова, И. В. Яхнеева // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2020. – № 7(189). – С. 52-58. – DOI 10.46554/1993-0453-2020-7-189-52-58.
14. Яхнеева, И. В. Предпосылки внедрения концепции внутреннего маркетинга / И. В. Яхнеева, А. Н. Агафонова // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2020. – № 6(188). – С. 74-80. – DOI 10.46554/1993-0453-2020-6-188-74-80.

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

Проректор по научной работе и
инновационному развитию,
канд. экон. наук, доц.



М.С. Гусева

« 01 » 07

2025