

Сведения об официальном оппоненте

по диссертации Пирогова Дмитрия Евгеньевича на тему «Стратегии маркетинга взаимодействия с локальными покупательскими сообществами в сфере управления торговой недвижимостью»

Фамилия, имя, отчество	Никишкин Валерий Викторович
Гражданство	Российская Федерация
Ученая степень и наименование отрасли наук, научной специальности, по которой была защищена диссертация	доктор экономических наук по специальности 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством (управление инновациями, маркетинг) (№56 д/142 от 30.12.2011 г.)
Ученое звание (по кафедре или специальности; № аттестата)	Профессор (по кафедре маркетинга, серия ПР № 043351)
Полное наименование организации, почтовый адрес, телефон, адрес электронной почты	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», 115054, Москва, Стремянный пер., д.36, тел. (499)2379496, rector@rea.ru
Занимаемая должность (на момент предоставления отзыва)	Профессор кафедры маркетинга

Основные публикации по профилю оппонируемой диссертации

Статьи в рецензируемых журналах

1. Никишкин В.В., Самарина Т.Н. Влияние санкций на российский рынок продуктов питания. Инновации и инвестиции. 2023. №4. С.393-396.
2. Никишкин В.В., Бекетов А.Н., Широкова Н.А. Актуальные маркетинговые аспекты развития интернет-торговли. Экономика строительства. 2022. № 8. С. 4-19.
3. Никишкин В.В., Самарина Т.Н. Современные тренды развития розничной торговли продуктами питания. Практический маркетинг. 2021. № 11 (297). С. 10-18.
4. Твердохлебова М.Д., Никишкин В.В. Роль маркетплейсов на рынке розничных торговых услуг. Практический маркетинг. 2019. № 6 (268). С. 3-8.
5. Никишкин В.В., Цимбаев В.В. Интернет-маркетинг как инструмент в рамках концепции маркетинга отношений при взаимодействии торговых центров с покупателями. Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. 2019. Т. 10. № 3. С. 175-192.
6. Никишкин В.В., Твердохлебова М.Д. Повышение эффективности розничных торговых услуг книжных магазинов на основе результативных программ лояльности. Креативная экономика. 2019. Т. 13. № 12. С. 2489-2498.

Другие публикации

7. Никишкин В.В., Самарина Т.Н. Увеличение потребительской ценности на основе коллаборации производителей и ритейла. В книге: Маркетинг:

проблемы, решения и перспективы. Москва, 2022. С. 29-43.

8. Никишкин В.В. Разработка концепции маркетингового управления крупным торговым центром. В книге: Цифровая экономика: тенденции и перспективы развития: сборник тезисов докладов национальной научно-практической конференции: в двух томах. 2020. С. 151-153.

Учебники и учебные пособия

9. Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности / Скоробогатых И.И., Сидорчук Р.Р., Андреев С.Н., Асалиев А.М., Данченко Л.А., Мешков А.А., Мусатов Б.В., Мхитарян С.В., Сагинова О.В., Сейфуллаева М.Э., **Никишкин В.В.**, Мусатова Ж.Б., Голубкова Е.Н., Ивашкова Н.И., Лукина А.В., Муртузалиева Т.В., Широценская И.П., Ефимова Д.М., Невоструев П.Ю., Просвиркин Б.Л. и др. Учебник / Сер. Высшее образование: Бакалавриат. Москва, 2020.

Доктор экономических наук, профессор
кафедры маркетинга
Российского экономического университета
им. Г.В. Плеханова

Никишкин В.В.

«29» июня 2023 г.

