

В диссертационный совет Д 24.2.386.04  
при федеральном государственном  
бюджетном образовательном  
учреждении высшего образования  
«Санкт-Петербургский  
государственный экономический  
университет»

### Сведения о ведущей организации

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления»**  
по диссертации Пирогова Дмитрия Евгеньевича на тему «Стратегии маркетинга взаимодействия с локальными покупательскими сообществами в сфере управления торговой недвижимостью», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

Полное наименование организации в соответствии с уставом	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления»
Сокращенное наименование организации в соответствии с уставом	ГУУ, Государственный университет управления ФГБОУ ВО ГУУ
Ведомственная принадлежность организации	Министерство науки и высшего образования Российской Федерации (Минобрнауки России)
Почтовый индекс и адрес организации	109542, г. Москва, Рязанский проспект, 99
Официальный сайт организации	<a href="https://guu.ru/">https://guu.ru/</a>
Адрес электронной почты	inf@guu.ru
Телефон	+7 (495) 377-77-88
Кафедра (научное подразделение), осуществляющая подготовку отзыва	Кафедра маркетинга услуг и бренд-менеджмента
Публикации работников организации за последние 5 лет (не более 15 публикаций) в рецензируемых научных изданиях по проблематике сферы исследования соискателя:	
1. Окольнишникова И.Ю., Келлер А.В., Ухова А.И. МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ КЛЮЧЕВЫХ ТРЕНДОВ, БАРЬЕРОВ И РИСКОВ РАЗВИТИЯ РЫНКА АВТОНЕТ. Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. 2023. Т. 17. № 1. С. 159-167.	



2. Шишакова Ю.В., Кокорева Н.В., Силина С.А. ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В ФОРМИРОВАНИИ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ С КЛИЕНТАМИ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РЫНКАХ. Маркетинг в России и за рубежом. 2022. № 2. С. 88-96.
3. Окольнишникова И.Ю., Краснов Е.В., Кузменко Ю.Г. МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ ГОРОДСКОЙ МОБИЛЬНОСТИ. Вестник университета. 2022. № 10. С. 168-176.
4. Шишакова Ю.В., Кокорева Н.В., Силина С.А. ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В ФОРМИРОВАНИИ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ С КЛИЕНТАМИ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РЫНКАХ. Маркетинг в России и за рубежом. 2022. № 2. С. 88-96.
5. Шишакова Ю.В., Ухова А.И. ТЕХНОЛОГИЯ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ БРЕНДА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ПОКАЗАТЕЛЕЙ PAR И VAR. Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. 2022. Т. 16. № 4. С. 153-161.
6. Орлова М.В., Орлов В.В., Силина С.А. ВЛИЯНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ КОМПАНИЙ. Маркетинг в России и за рубежом. 2022. № 1. С. 37-44.
7. Кокорева Н.В., Краснов Е.В., Силина С.А. ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОДВИЖЕНИЕМ БРЕНДА В ПОВЕСТКЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ. Вестник университета. 2022. № 12. С. 14-21.
8. Быстрых А.В., Шишакова Ю.В. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ФРАНШИЗ. Менеджмент: теория и практика. 2021. № 1-2. С. 133-136.
9. Соколова А.И., Шишакова Ю.В. МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ. Менеджмент: теория и практика. 2021. № 1-2. С. 137-144.
10. Поляков Ю.Н., Шишакова Ю.В. ОПЫТ КОНСТРУИРОВАНИЯ КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ МОДЕЛИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ. Менеджмент: теория и практика. 2021. № 1-2. С. 150-159.
11. Шишакова Ю.В. ПОВЫШЕНИЕ ПОТЕНЦИАЛА ГУДВИЛЛА С ПОМОЩЬЮ ИНСТРУМЕНТОВ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТА. Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право. 2021. Т. 31. № 6. С. 1024-1031.
12. Коваленко А.Е., Кузменко Ю.Г., Окольнишникова И.Ю. ИССЛЕДОВАНИЕ ЗОН ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В МАЛОМ БИЗНЕСЕ. Друкерровский вестник. 2020. № 2 (34). С. 158-175.
13. Соколова А.И., Шишакова Ю.В. РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНА И МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЕКТА В ОРГАНИЗАЦИИ. Менеджмент: теория и практика. 2020. № 1-3. С. 203-214.
14. 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. Т. 30. № 4. С. 512-519.
15. Шишакова Ю.В. АНАЛИЗ ВАРИАНТОВ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ. Менеджмент: теория и практика. 2020. № 4. С. 107-116.

