

Сведения о научном консультанте

по диссертации Кальковой Натальи Николаевны на тему:
(ФИО соискателя)

Теория и методология формирования и оценки нейробренда,

по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

Фамилия Имя Отчество	Ярош Ольга Борисовна
Ученая степень и наименование отрасли наук, научных специальностей по которым защищена диссертация	Доктор экономических наук, специальность по автореферату 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством
Ученое звание	доцент
Полное наименование организации, почтовый адрес, телефон, адрес электронной почты и должность в организации	ФГАОУ ВО «Крымский Федеральный университет им. В.И. Вернадского» 295007, Республика Крым, г. Симферополь, просп. Академика Вернадского, 4. Тел +7 (3652) 54-50-36 E-mail: cfuv@crimeaedu.ru Профессор кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела, г.н.с. Лаборатории нейромаркетинга и поведенческой экономики Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский Федеральный университет им. В.И. Вернадского»
Список основных публикаций научного руководителя по теме диссертации в рецензируемых научных изданиях, монографиях и других изданий за последние 5 лет (не более 15 публикаций)	
1. Ярош, О. Б. Управление визуальным вниманием потребителя в условиях информационной асимметрии / О. Б. Ярош, Н. Н. Калькова, В. Е. Реутов // Управленец. – 2020. – Т. 11, № 5. – С. 97-111. – DOI 10.29141/2218-5003-2020-11-5-8.	
2. Ярош, О. Б. Территориальные бренд-идентификаторы: взгляд нейромаркетинга на границы креативности / монография // Границы креативной экономики в пространственном развитии региона. – Симферополь : Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2023. – С. 29-51.	

3. Ярош, О. Б. Территориальная идентификация городов на основе нейробрендинга / О. Б. Ярош // Региональная экономика. Юг России. – 2022. – Т. 10, № 3. – С. 110-120. – DOI 10.15688/re.volsu.2022.3.11.
4. Ярош, О. Б. Сквозные нейротехнологии в развитии современных систем территориальной бренд-идентификации / О. Б. Ярош, З. А. Жаворонкова // Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика. – 2022. – Т. 24, № 2. – С. 160-174. – DOI 10.15688/ek.volsu.2022.2.1.
5. Ярош, О. Б. Роль сувенирной продукции в товарном позиционировании туристического региона / О. Б. Ярош, Н. Н. Калькова // Регионология. – 2022. – Т. 30, № 3(120). – С. 647-672. – DOI 10.15507/2413-1407.120.030.202203.647-672.
6. Ярош, О. Б. Поведение потребителя: методы и алгоритмы нейромаркетинга / О. Б. Ярош // Экономика и предпринимательство. – 2020. – № 6(119). – С. 688-695. – DOI 10.34925/EIP.2020.119.6.143.
7. Ярош, О. Б. Методика обработки показателей кожно-гальванической реакции в нейромаркетинговых исследованиях / О. Б. Ярош // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Биология. Химия. – 2024. – Т. 10, № 1. – С. 262-275. – DOI 10.29039/2413-1725-2024-10-1-262-275.
8. Ярош, О. Б. Визуальный нейромаркетинг: методы измерения и метрики / О. Б. Ярош // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Биология. Химия. – 2020. – Т. 6 (72), № 1. – С. 240-250.
9. Ярош, О. Б. Информационная асимметрия: теоретические воззрения и модели возникновения / О. Б. Ярош // Теоретическая экономика. – 2023. – №1 (97). – С. 63-73.
10. Митина, Э. А. Бренд-идентификаторы как инструмент территориального развития / Э. А. Митина, Н. Н. Калькова, О. Б. Ярош // Региональная экономика. Юг России. – 2020. – Т. 8, № 1. – С. 134-143. – DOI 10.15688/re.volsu.2020.1.12.
11. Жаворонкова, З. А. Нейробрендинг в формировании эффективных туристических локаций Республики Крым / З. А. Жаворонкова, О. Б. Ярош // Геополитика и экогеодинамика регионов. – 2021. – Т. 7, № 4. – С. 226-240.
12. Yarosh, O. B. Customer emotions when making an online purchase decision: Results of neuromarketing experiments / O. B. Yarosh, N. N. Kalkova, V. E. Reutov // The Manager. – 2021. – Vol. 12, No. 4. – P. 42-58. – DOI 10.29141/2218-5003-2021-12-4-4.
13. Neuromarketing Research On Consumers' Visual Perception of Cryptomarking a Product Package / N. N. Kalkova, O. B. Yarosh, E. A. Mitina, N. Z. Velgosh // ABAC Journal. – 2023. – Vol. 43, No. 1. – P. 69-84. – DOI 10.14456/abacj.2023.5.

14. Neuromarketing Research of Decision-Making Process when Choosing Products in an Online Store: Gender Characteristics and Behavior Stereotypes / N. N. Kalkova, O. B. Yarosh, E. A. Mitina, N. Z. Velgosh // Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences. – 2022. – Vol. 15, No. 7. – P. 965-977. – DOI 10.17516/1997-1370-0901.
15. Asymmetry of Visual Perception When Choosing Products: Methods and Algorithms of Neuromarketing / N. N. Kalkova, O. B. Yarosh, E. A. Mitina, V. A. Khokhlov // International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering. – 2020. – Vol. 9, No. 8. – P. 179-187. – DOI 10.35940/ijitee.H6256.069820

Научный консультант:
доктор экономических наук, доцент,
профессор кафедры маркетинга,
торгового и таможенного дела, г.н.с.
Лаборатории нейромаркетинга и поведенческой экономики
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»

ого
_____/Ярош Ольга Борисовна/

Подпись Ярош О.Б. заверяю

Ученый секретарь, к.ф.н., доцент
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»  Митрохина Леся Михайловна



295007, Республика Крым, г. Симферополь,
просп. Академика Вернадского, 4.
Тел +7 (3652) 54-50-36
E-mail: cfuv@crimeaedu.ru
ФГАОУ ВО «Крымский Федеральный университет им. В.И. Вернадского»