

«В диссертационный совет 24.2.386.04
при ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский
государственный экономический
университет»

Сведения о ведущей организации

федеральном государственном автономном образовательном учреждении
высшего образования «Южный федеральный университет»
по диссертации Кальковой Натальи Николаевны на тему «Теория и методология
формирования и оценки нейробренда» по специальности 5.2.3. Региональная и
отраслевая экономика (маркетинг).

Полное наименование организации в соответствии с уставом	Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Южный федеральный университет»
Сокращенное наименование организации в соответствии с уставом	ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»; Южный федеральный университет; ФГАОУ ВО «ЮФУ»; ЮФУ
Ведомственная принадлежность организации	Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Почтовый индекс и адрес организации	344006, Ростовская обл., г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 105/42
Официальный сайт организации	https://sfedu.ru/
Адрес электронной почты	info@sfedu.ru
Телефон	88633051990
Кафедра (научное подразделение), осуществляющая подготовку отзыва	Кафедра маркетинга и коммуникаций в бизнесе
Публикации работников организации за последние 5 лет (не более 15 публикаций) в рецензируемых научных изданиях по проблематике сферы исследования соискателя:	
1. Кетова Н. П., Варданян А.А. Концептуальная модель маркетинговых коммуникаций как инструмент управления лояльностью потребителей // Маркетинг в России и за рубежом. - 2024. - № 3. - С. 51–58.	
2. Варданян А.А., Кетова Н. П. Управление современными коммуникациями: факторы и условия // Менеджмент в России и за рубежом. - 2024. - № 6. - С. 49–53.	
3. Кетова Н. П., Варданян А.А. Совершенствование маркетингового механизма управления лояльностью потребителей продовольственных товаров // Маркетинг в России и за рубежом. - 2023. - № 2. - С. 42–48.	
4. Полякова Е. Ю. Маркетинговый подход к управлению современными университетами в парадигме устойчивого развития //«Вестник института дружбы народов Кавказа теория экономики и управления народным хозяйством экономические науки» из перечня ВАК, 5.2.6. Менеджмент). - Издательство ИДНК, №4, 2023. – С. 17–22.	

5. Managing organizations in the context of digital transformation / N. E. Muromets, S. G. Goryainov, I. A. Pryadko [et al.] // BIO Web of Conferences. – 2024. – Vol. 107. – P. 04016. – DOI 10.1051/bioconf/202410704016. – EDN SWEAVZ. https://www.elibrary.ru/item.asp?id=67613733
6. Кетова Н. П., Грановская И. Ю., Зундэ В.В. Концепция эффективных интегрированных маркетинговых коммуникаций как элемент управления инновационной системой современной компании // Креативная экономика. - 2022. - Т. 16. - № 2. - С. 381–396.
7. Кетова Н. П., Овчинников В. Н. Управление потенциалом регионального маркетинга 4.0: цифровые траектории / Маркетинговые модели, практики и тренды: вызовы и перспективы региона Большой Евразии Изд-во С-ПбГЭУ. 2024. - С. 24–29.
8. Кетова Н. П., Токарева Ю. Е. Инструменты интернет-маркетинга как способ повышения эффективности коммерческой деятельности организации: управленческие аспекты // Управление в экономических и социальных системах. - 2022. - № 1 - С. 16–22.
9. Кетова Н. П., Бутусова Д. А. Возможности учета запросов потребителей в концепции маркетинга 4.0: ключевые тенденции, механизмы воздействия, показатели эффективности // Маркетинг в России и за рубежом. - 2021. - № 4. - С. 3–10.
10. Кетова Н. П., Грановская И. Ю. Возможности реализации нейромаркетинга для активизации продвижения товаров и услуг потребителям // Креативная экономика. - 2020. - Т. 14. - № 1. - С. 73–92.
11. Боженко Е. С., Николаева Д. М., Свистунова К. О. Определение пользовательских предпочтений поколений x, y, z на российском рынке мобильных приложений // Вестник университета. - 2023. - № 1. - С. 56–67.
12. Боженко Е. С., Гламазда А.В. Практика применения и оценка восприятия технологии нейромаркетинга малым и средним бизнесом: региональный аспект // Маркетинг в России и за рубежом. - 2022. - № 2. - С. 25–32.
13. Маракулина Ю.Н., Ларкина Н. Г. Факторы воздействия на устойчивость организации: финансовый и маркетинговый аспект // Экономика и предпринимательство. - 2022. - № 5 (142). - С. 1267–1270.
14. Ларкина Н. Г. Потенциал интернет-маркетинга при продвижении компании в digital // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. - 2022. - № 11. - С. 326–328
15. Кузнецов М. А. Методика формирования концептуальной структуры как средство построения архитектоники бренда // Практический маркетинг. - 2021. - № 2 (288). - С. 13–18.

И.о. первого проректора
ФГАОУ ВО «Южный федеральный
университет»

«18» апреля 2025 г.



Метелица Анатолий Викторович