

**Сведения об официальных оппонентах
по диссертации Березка Светланы Михайловны
«Совершенствование ценностного предложения компании на основе программ лояльности клиентов
(на примере розничных торговых сетей)»**

1. Ф.И.О.: Скоробогатых Ирина Ивановна

Ученая степень: доктор экономических наук

Ученое звание: профессор

Научная специальность: 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством

Должность: заведующая кафедрой маркетинга

Место работы: федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

Адрес места работы: 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36, ауд. 524.

Тел.: 8 (499) 237-94-96

E-mail: skorobogatykh.II@rea.ru

Список основных научных публикаций по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народного хозяйства за последние 5 лет:

1. Скоробогатых И.И., Сидорчук Р.Р., Мешков А.А., Мусатов Б.В., Ефимова Д. М., Тультаев Т. А., Евсеева Д. Концепция волновых маркетинговых исследований для изучения ценностных ориентиров студенческой аудитории. // Маркетинг в России и за рубежом. 2016. №6, С. 30-36.
2. Скоробогатых И. И., Тультаев Т. А., Мешков А. А., Мусатов Б. В. Выявление особенностей потребительского поведения студентов как субсегмента молодежи на основе нетнографических исследований и онлайн-опросов. Маркетинг и маркетинговые исследования. 2016. №6, С. 444-457.
3. Скоробогатых И. И., Мусатова Ж. Б. СМАРТ-маркетинг: технологии, инструменты, оценка эффективности. // Казанский экономический вестник. 2015. №5. С. 92-96.
4. Скоробогатых И.И., Парамонова Т.Н., Рамазанов И.А., Урясьева Т.И., Попова И.Н. Мониторинг розничных цен при спаде покупательской активности: Статья. // Вестник Российского Экономического Университета им. Г.В. Плеханова. №4 (82). 2015. С. 50-62.
5. Скоробогатых И. И., Сидорчук Р. Р., Ефимова Д. М. Проблемы и перспективы развития трансграничной торговли зарубежных онлайн-магазинов в России. Маркетинг в России и за рубежом. 2015. №5, С. 30-42.
6. Иванов Г. Г., Ефимовская, Л. А., Скоробогатых И. И., Сидорчук Р. Р., Мусатова, Ж. Б. Методика ценового мониторинга на социально значимые продовольственные товары. Международная торговля и торговая политика. 2015. №4 (4), С. 92-109.
7. Скоробогатых И. И., Лукина А. В., Мусатова Ж. Б. Концепция устойчивого маркетинга. // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. 2013. №4 (58), С. 5-17.

2. Ф.И.О.: Юлдашева Оксана Урняковна

Ученая степень: доктор экономических наук

Ученое звание: профессор

Научная специальность: 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством

Должность: заведующая кафедрой маркетинга, факультет бизнеса, таможенного дела и экономической безопасности

Место работы: федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

Адрес места работы: 191023, Санкт-Петербург, ул. Садовая, д. 21

Тел.: 8 (812) 766-62-88

E-mail: dept.km@unecon.ru

Список основных научных публикаций по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народного хозяйства за последние 5 лет:

1. Юлдашева О.У., Трефилова И.Н. Исследование глобальных цепочек ценности как основа для построения эффективных бизнес-моделей. Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2016. №2. С. 131-148.
2. Юлдашева О.У., Логинов Л.О. Алгоритм формирования рыночной ориентации и маркетинговых компетенций российских компаний. // Корпоративное управление и инновационное

- развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2016. № 4. С. 112-128.
3. Юлдашева О.У. Реалии и перспективы развития маркетинга взаимодействия в России на стратегическом уровне: сетевая перспектива. // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2014. №1. С. 56-77.
4. Юлдашева О. У., Шубаева В. Г. Орехов, Д. Б. Методология измерения и оценки потребительской ценности: дифференциация подходов. // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2014 - №3 – С.198-210.
5. Юлдашева О.У., Шишова О.И. Ааркетинговая ориентация компаний: методология исследования и измерения. // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2013. № 3. С. 96-112.
6. Юлдашева О.У., Багиев Г.Л., Прокопцов В.Е. стратегические сети — современные организационные формы совместного предпринимательства и построения цепочек создания ценности. // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. 2013. № 2 (80). С. 49-55.

3. Ф.И.О.: Ойнер Ольга Константиновна

Ученая степень: доктор экономических наук

Ученое звание: доцент

Научная специальность: 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством

Должность: заведующая кафедрой маркетинга фирмы, факультет бизнеса и менеджмента

Место работы: федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»

Адрес места работы: 105187, Москва, Кирпичная ул., д. 33, каб. 729

Тел.: 8 (495) 772-9582

E-mail: ooyner@hse.ru

Список основных научных публикаций по специальности 08.00.05 - Экономика и управление народного хозяйства за последние 5 лет:

1. Ойнер О. К., Метелева Ю. И., Цыганкова Ю. М. Формирование клиентоориентированного подхода к бизнесу: концептуальная модель // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. 2018. № 2
2. Olga Oyner, Antonina Korelina. The influence of customer engagement in value co-creation on customer satisfaction: Searching for new forms of co-creation in the Russian hotel industry // Worldwide Hospitality and Tourism Themes. 2016. Vol. 8. No. 3. P. 327-345.
3. Ойнер О.К., Корелина А.С. Исследование взаимосвязи удовлетворённости потребителей с их лояльностью в гостиничной индустрии. // Менеджмент в России и за рубежом. 2015. № 4. С. 75-82.
4. Корелина А.С., Ойнер О.К. О вовлечении потребителей в совместное создание ценности с компанией в гостиничной индустрии: контент-анализ отзывов на туристическом сайте tripadvisor.com. // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2015. № 6. С. 84-91.
5. Ойнер О.К. Маркетинговые способности фирмы: подходы к оценке, эмпирические исследования и роль в формировании результатов бизнеса компании. Маркетинг и маркетинговые исследования. 2014. № 6. С. 434-442.
6. Oyner O. K., Sukhorukova O. Using CLV concept for marketing budgets allocation // Journal of Business Market Management. 2013. Vol. 2. No. 6. P. 61-106.

Ученый секретарь диссертационного совета МГУ.08.04

В.Г. Попова

Подпись В.Г. Попова

удостоверять

Зав. канцелярией экономического

факультета МГУ

Подпись, печать