

Сведения о научном руководителе

по диссертации Пирогова Дмитрия Евгеньевича на тему
«Стратегии маркетинга взаимодействия с локальными покупательскими сообществами в сфере управления торговой недвижимостью»,
 по специальности 5.2.3 - Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

Фамилия Имя Отчество	Юлдашева Оксана Урняковна
Ученая степень и наименование отрасли наук, научных специальностей по которым защищена диссертация	Доктор экономических наук, 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)
Ученое звание	профессор
Полное наименование организации, почтовый адрес, телефон, адрес электронной почты и должность в организации	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», 191023, Санкт-Петербург, канал Грибоедова, д.30-32, +7(812) 766-62-88, yuldasheva.o@unescon.ru, заведующий кафедрой маркетинга
Список основных публикаций научного руководителя по теме диссертации в рецензируемых научных изданиях, монографиях и других изданиях за последние 5 лет (не более 15 публикаций)	
1. Юлдашева О.У., Халиков Г.В., Цой А.В. Покупатель будущего, новые модели потребления и сотворчество ценности: контуры маркетинга 4.0. Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. Выпуск №2, 2018. С.90-106	
2. Юлдашева О.У., Соловьева Ю.Н., Ширшова О.И., Конникова О.А. Измерение устойчивого поведения потребителей: разработка конструкта и шкалы. Маркетинг и маркетинговые исследования, №3, 2019. – с.170-178.	
3. Yuldasheva O.U., Konnikova, O.A., Solovjova, J.N. Shubaeva, V.G. Consumer behavior on the Russian wellness market: Results of empirical study. Academy of Strategic Management Journal, Vol. 18, Issue 6, 2019.	
4. Yuldasheva O.U., Martsulevich, D., Ahtyamov, M., Shubaeva, V. Developing a construct and a scale for measuring the internet-store's web usability. Advances in Intelligent Systems and Computing, 2020. P.835-844.	
5. Юлдашева О.У., Шубаева В.Г., Наумов В.Н. Интегрированная модель покупательского пути при совершении онлайн покупок. Маркетинг и маркетинговые исследования, №1(139), 2020, С.56-61.	
6. Юлдашева О.У., Конникова О.А. Феномен естественной цифровой информации и его роль в процессе проведения современных маркетинговых исследований. Маркетинг и маркетинговые исследования, №1(143), 2021. – с.4-16.	

7. Solovjova, J., Yuldasheva, O. and Konnikova, O. (2022), "Dimensions of Conscious Consumption", Ogunyemi, K. and Bursal, V. (Ed.) Products for Conscious Consumers, Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 89-111. https://doi.org/10.1108/978-1-80262-837-120221006 (Scopus)
8. Юлдашева О.У. Евразийство спасет российский брендинг. Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета, 2022. №6 (138). С.138-143.
9. Маркетинг России. Научно-педагогическая школа «Маркетинг взаимодействия»: коллективная монография, посвященная 25-летию НППШ «Маркетинг взаимодействия» и 30-летию кафедры маркетинга СПбГЭУ / под науч. ред. Г.Л. Багиева, В.Г. Шубаевой, О.У. Юлдашевой. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2022.- 222 с.
10. Yuldasheva, O., Solovjova, J. and Konnikova, O. (2023). Sustainable consumer behavior patterns in Russia. Marketing – Eine Bilanz: Erfolgsfaktorenforschung – InternetMarketing – Internationales Marketing – Digitalisierung. -Springer Gabler, 2023.-

Профессор



/ Юлдашева О.У.

Подпись

ФИО



ПИСЬ РУКИ ЗАВЕРЯЮ

НАЧАЛЬНИК УПРАВЛЕНИЯ КАДРОВ

Л.В. ЛИТУСОВА

