

Сведения о ведущей организации

по диссертации Логиновой Юлии Валентиновны
«Маркетинговые технологии и модели в организации электронной торговли с учетом факторов потребительского поведения» по специальности 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг) на соискание ученой степени кандидата экономических наук

Полное наименование организации в соответствии с уставом	Федеральное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Воронежский государственный университет»
Сокращенное наименование организации в соответствии с уставом	ФГБОУ ВПО «ВГУ»
Ведомственная принадлежность	Министерство образования и науки Российской Федерации
Почтовый индекс, адрес организации	396006, г.Воронеж, Университетская площадь, 1
<u>Веб-сайт</u>	www.vsu.ru
<u>Телефон</u>	+7(473)220-87-55
<u>Адрес электронной почты</u>	office@mail.vsu.ru

Список основных публикаций работников ведущей организации по теме диссертации в рецензируемых научных изданиях за последние 5 лет (не более 15):

1	Беленов О.Н., Бесходарный А.А. Оценка эффективности маркетинга: подходы к анализу и расчету //Экономический анализ: теория и практика. - 2011. - № 38. - С. 42-49.
2	Шурчкова Ю.В. Коммуникационный инструментарий современного маркетинга в сети Интернет // Вестник Череповецкого государственного университета. - 2011. - Т. 2. № 3-32. - С. 40-44.
3	Шурчкова Ю.В. Интернет как среда формирования комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. - 2011. - № 2. - С. 66-69.
4	Гончарова И.В., Макаренко Ю.А. Методический подход к оценке эффективности маркетинговой деятельности компании // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. - 2012. - № 2. - С. 193-196.
5	Гаврилов В.В., Гончарова И.В., Макаренко Ю.А. Критерии и показатели оценки эффективности маркетинговой деятельности компании // Современная экономика: проблемы и решения. - 2012. - № 7 (31). - С. 99-108.
6	Шурчкова Ю.В. Современные принципы формирования интегрированных маркетинговых коммуникаций в сети Интернет // Экономика и предпринимательство. - 2012. - № 1. - С. 252-259.
7	Беленов О.Н. Использование социальных медиасредств в маркетинге // Современные проблемы маркетинговых коммуникаций Сборник статей научно-практической конференции. Под общей редакцией: О.Н. Беленова; Ответственный редактор: О.А. Самагина. - 2012. - С. 9-10.
8	Белова Н.Н., Кудрявцева Л.Б. Современные тенденции маркетинга //Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. - 2014. - № 1. - С. 132-137.
9	Шурчкова Ю.В. Стратегия интеллектуального лидерства при осуществлении маркетинговых коммуникаций в сети Интернет //Креативная экономика. - 2011. - № 11. - С. 94-99.
10	Шурчкова Ю.В. Веб-сайт компании как маркетинговый коммуникативный инструмент // Маркетинг в России и за рубежом. - 2012. - № 1. - С. 66-72.

11	Шурчкова Ю.В. Состав и структура комплекса маркетинговых коммуникаций, реализуемых в сети Интернет // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. - 2011. - № 7. - С. - 116-120.
12	Шурчкова Ю.В. Использование социальных сетей в маркетинговой деятельности компании // Корпоративное управление и инновационное развитие Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. - 2013. - № 1. - С. 135-151.
13	Шурчкова Ю.В. Основные аспекты формирования стратегии маркетинговых коммуникаций в сети Интернет // Практический маркетинг. - 2013. - № 7 (197). - С. 16-22.
14	Шурчкова Ю.В. Особенности распространения рекламной информации в сети Интернет // Казанская наука. - 2013. - № 10. - С. 117-120.
15	Гаврилов В.В., Шурчкова Ю.В. Методические основы оценки эффективности интегрированных маркетинговых коммуникаций // Современная экономика: проблемы и решения. - 2012. - № 3. - С. 63-75.

«Верно»

Ректор

дата «» 201 г.



Д.А. Ендовицкий