Сведения об официальном оппоненте
по диссертации Балдынюк Анны Игоревны на тему
«Маркетинговая стратегия инновационной активности предприятий на продовольственном рынке», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности
5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

Фамилия, имя, отчество	**Лизогуб Римма Петровна**
Гражданство	Российская Федерация
Ученая степень, наименование отрасли науки, научной специальности по которой защищена диссертация	Кандидат экономических наук, специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами)
Ученое звание	доцент
Полное и сокращенное наименование организации в соответствии с уставом	Донецкий институт управления – филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» Донецкий филиал РАНХиГС
Ведомственная принадлежность организации	Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Должность	Доцент кафедры маркетинга и логистики
Почтовый индекс, адрес организации	283015, Донецкая Народная Республика, г.о. Донецк, г. Донецк, ул. Челюскинцев, д. 163А
Веб-сайт	https://donampa.ru/
Телефон	+7 (856)337-71-08
Адрес электронной почты	info-diu@ranepa.ru

Список основных публикаций в рецензируемых научных изданиях за последние 5 лет в соответствующей сфере исследования

1. Лизогуб, Р. П. Нативная реклама как инновационный рычаг интернет-маркетинга / Р. П. Лизогуб, Д. А. Вартанян // Сборник научных работ серии "Экономика". – 2021. – № 22. – С. 167-175. – DOI 10.5281/zenodo.5116212.
2. Лизогуб, Р. П. Оценка эффективности взаимосвязи между потребностями клиентов и комплексом маркетинга в сфере услуг / Р. П. Лизогуб, Ю. С. Макаренко // Сборник научных работ серии "Экономика". – 2022. – № 25. – С. 193-205. – DOI 10.5281/zenodo.6474452.
3. Лизогуб, Р. П. Маркетинговый подход к формированию программы потребительской лояльности / Р. П. Лизогуб, Р. Ю. Макаренко // Сборник научных работ серии "Экономика". – 2023. – № 29. – С. 130-141. – DOI 10.5281/zenodo.7858348.
4. Лизогуб, Р. П. Оценка эффективности маркетингового менеджмента в системе управления продажами / Р. П. Лизогуб // Сборник научных работ серии "Экономика". – 2023. – № 32. – С. 85-94. – DOI 10.5281/zenodo.10430145.

5. Лизогуб, Р.П. Маркетинг как основополагающая функция управления предприятием в условиях изменяющейся экономической среды // Формирование механизмов управления социально-экономическими системами на основе маркетингового и логистического подходов: монография / Т. В. Ибрагимхалилова, Н. В. Агаркова, Е. В. Алябьев [и др.]. – Курск : Изд-во ЗАО «Университетская книга», 2024. – 325 с. – ISBN 978-5-907941-29-8.
6. Лизогуб Р. М. Маркетинг и инновации: современные тенденции, вызовы и направления интеграции / Р. М. Лизогуб // Экономика и управление: проблемы и решения. – 2026. –Т.9, № 7(172). – С. 297-306. - DOI 10.36871/ek.up.p.r.2026.07.09.031

Прочие публикации

7. Лизогуб, Р. П. Маркетинг: вызовы нового времени и приоритеты развития компаний на региональном рынке / Р. П. Лизогуб, Д. А. Еремичев // Экономика и маркетинг в XXI веке: проблемы, опыт, перспективы : Сборник материалов XX Всероссийской научно-практической конференции, Донецк, 28–29 ноября 2024 года. – Донецк: Донецкий национальный технический университет, 2024. – С. 149-154.
8. Лизогуб, Р. П. Маркетинговая поддержка как фактор оптимизации и формирования ценовой стратегии предприятий кондитерского сектора / Р. П. Лизогуб // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2025. – № 9(127). – С. 54-60. – DOI 10.24412/2411-0450-2025-9-54-60.
9. Лизогуб, Р. П. Стратегический маркетинг как драйвер экономической интеграции новых субъектов РФ / Р. П. Лизогуб, Д. А. Еремичев // Экономика и маркетинг в XXI веке: проблемы, опыт, перспективы : Сборник материалов XXI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Донецк, 20–21 ноября 2025 года. – Донецк: Донецкий национальный технический университет, 2026. – С. 166-170.
10. Лизогуб, Р. П. Стратегические цели формирования системы маркетингового ценообразования, направленные на достижение результатов деятельности / Р. П. Лизогуб // Экономика и маркетинг в XXI веке: проблемы, опыт, перспективы : Сборник материалов XXI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Донецк, 20–21 ноября 2025 года. – Донецк: Донецкий национальный технический университет, 2026. – С. 161-165.

Доцент кафедры маркетинга и логистики
Донецкого института управления – филиала
ФГБОУ ВО «Российская академия народного
хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации»,
кандидат экономических наук, доцент Р.П. Лизогуб

«01» сентября 2026 г.

Ученый секретарь
Донецкого филиала
канд. экон. наук А.Н. Шишка