

СВЕДЕНИЯ

о научном руководителе по диссертации Чугункиной Ирины Владимировны на тему: «Маркетинговые стратегии формирования имиджа услуг дополнительного профессионального образования», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч. маркетинг)

Фамилия, имя, отчество	Возиянова Наталья Юрьевна
Ученая степень	доктор экономических наук
Ученое звание	доцент
Специальность	08.00.03 – Экономика и управление национальным хозяйством
Место работы	Государственная организация высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»
Адрес организации	283050, г.Донецк, ул.Щорса, 31
Телефон организации	+38 (062) 337-23-64
Должность	профессор кафедры маркетинга и коммерческого дела

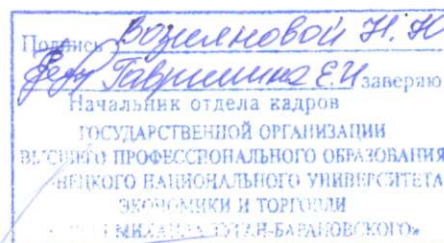
Основные публикации по проблематике области исследования соискателя

1. Управление развитием субъектов предпринимательской деятельности региона на основе современных методов маркетинг-менеджмента : монография / Н.Ю. Возиянова, Е.М. Азарян; раздел 4. 4.1. / [Коллективная монография], под общей ред. д.э.н., проф. Т.С. Максимовой. – Луганск: Изд-во ЛНУ им. В. Даля, 2017 – 252 с. – С. 117-123.
2. Возиянова, Н.Ю. «Молекула ДНК» услуг дополнительного профессионального образования как элемент маркетинговой стратегии формирования имиджа /Н.Ю. Возиянова, И.В. Чугункина // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: экономика. – 2019. – № 2 (июнь). – С. 121-130 (ВАК РФ).
3. Возиянова, Н.Ю. Интернет-ресурсы как инструмент реализации коммуникационной маркетинговой стратегии формирования имиджа услуг дополнительного профессионального образования / Н.Ю. Возиянова, И.В. Чугункина // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права: международный научно-теоретический

журнал. – 2019. – Вып. 3(76). – С. 237-252 (ВАК РФ).

4. Возиянова, Н.Ю. Способы формирования имиджа в маркетинговой стратегии учреждения дополнительного профессионального образования / Н.Ю. Возиянова, И.В. Чугункина // Практический маркетинг. – 2019. – № 4. – С. 29-37 (ВАК РФ).
5. Возиянова, Н.Ю. Концептуализация маркетинговой стратегии формирования имиджа услуг дополнительного профессионального образования / Н.Ю. Возиянова, И.В. Чугункина // Торговля и рынок. – 2018. – Вып. 4, т. 2. – С. 25-32.
6. Возиянова, Н.Ю. Молекулярный подход и организационные аспекты в формировании имиджа дополнительного профессионального образования / Н.Ю. Возиянова, И.В. Чугункина // Торговля и рынок. – 2018. – Вып. 3, т. 2. – С. 28-36.
7. Возиянова, Н.Ю. Имиджевые аспекты развития образования для взрослых и институциональные основы видов профессионального образования и обучения / Н.Ю. Возиянова, И.В. Чугункина // Торговля и рынок. – 2017. – Вып. 3, т. 2. – С. 16-28.
8. Возиянова, Н.Ю. Методика оптимального предложения на рынке образовательных услуг / Н.Ю. Возиянова, И.Е. Доронина // Торговля и рынок, Донецк, ДонНУЭТ, 2016. Вып.2, т.1 – С. 15-22.
9. Возиянова, Н.Ю. Управление портфелем брендов предприятия на основе молекулярного анализа / Н.Ю. Возиянова, Н.А. Ольмезова // Государственное образовательное учреждение «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики». Сборник научных работ серии «Экономика». Вып. 3: Конкурентное развитие территорий: маркетинг и логистика / ГОУ ВПО ДонаУиГС. – Донецк: ДонаУиГС, 2016. – С. 123-130.
10. Возиянова, Н.Ю. Концептуализация управления продвижением товаров и позиционированием портфеля брендов / Н.Ю. Возиянова, Н.А. Ольмезова // Торговля и рынок. – Донецк. – 2017. – Вып. 2. – С. 42-54.

Доктор экономических наук, доцент,
профессор кафедры маркетинга и
коммерческого дела
ГО ВПО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»



Н.Ю. Возиянова