

СВЕДЕНИЯ

о научном руководителе по диссертации Галанского Бориса Александровича на тему: «Развитие дистрибьюторских сетей реализации продукции на основе концепции маркетинга», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

Фамилия, имя, отчество	Ольмезова Надежда Александровна
Ученая степень	доктор экономических наук
Ученое звание	доцент
Специальность	08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг)
Место работы	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»
Адрес организации	283050, г.Донецк, ул.Щорса, 31
Телефон организации	+7 856 337-23-64
Должность	Заведующий кафедрой товароведения непродовольственных товаров и креативной индустрии

Основные публикации по проблематике области исследования соискателя

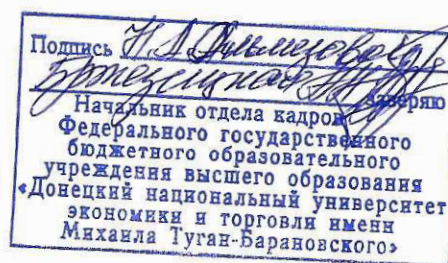
1. Ольмезова, Н. А. Маркетинговый инструментарий сетевого взаимодействия компании с потребителями на рынке детских товаров / Е. М. Азарян, Н. А. Ольмезова // Торговля и рынок. – 2020. – Т. 1, № 4(56). – С. 17-23.
2. Ольмезова, Н. А. Стратегии маркетинга как важный концепт развития рынка детских товаров / Н. А. Ольмезова // Торговля и рынок. – 2021. – № 3-2(59). – С. 177-183.
3. Ольмезова, Н. А. Маркетинговая политика как фактор эффективности продвижения на рынке детских товаров / Н. А. Ольмезова // Торговля и рынок. – 2022. – № 2(62). – С. 318-324.
4. Ольмезова, Н. А. Направления формирования маркетинговой политики на рынке детских товаров / Н. А. Ольмезова // Торговля и рынок. – 2022. – № 3(63). – С. 115-120.
5. Ольмезова, Н. А. Маркетинговые исследования как фактор разработки эффективной маркетинговой стратегии на рынке детских товаров / Н. А. Ольмезова // Управленческий учет. – 2022. – № 8-1. – С. 99-106. – DOI 10.25806/uu8-1202299-106.
6. Ольмезова, Н. А. Векторы развития дистрибьюторских сетей реализации продукции на основе концепции маркетинга / Н. А. Ольмезова, Б. А. Галанский // Торговля и рынок. – 2023. – Т. 2, № 4(68). – С. 49-54.

7. Ольмезова, Н. А. Маркетинг в индустрии моды: стратегии инновационного развития / Н. А. Ольмезова // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2024. – Т. 6, № 5(146). – С. 310-315. – DOI 10.36871/ek.up.p.r.2024.05.06.040.

Прочие публикации

8. Ольмезова, Н. А. Инновационные технологии продвижения детских товаров в сети интернет / Н. А. Ольмезова // Актуальные проблемы экономической деятельности и образования в современных условиях : Сборник XVII Международной научно-практической конференции, Оренбург, 20 апреля 2022 года. – Волгоград: Общество с ограниченной ответственностью "Сфера", 2022. – С. 73-76.
9. Ольмезова, Н. А. Маркетинговые инструменты для продвижения товаров и услуг / Н. А. Ольмезова, А. А. Дейнега // Потребительский рынок: проблемы качества и безопасности товаров и услуг : материалы 2-й Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Орёл, 05 декабря 2023 года. – Орёл: Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева, 2023. – С. 81-83.
10. Ольмезова, Н. А. Омниканальный маркетинговый подход как современная стратегия развития рынка услуг / Н. А. Ольмезова, И. А. Чепелева // Экономика и управление в сфере услуг: современное состояние и перспективы развития : Материалы XXI Всероссийской научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 06 февраля 2024 года. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский Гуманитарный университет профсоюзов, 2024. – С. 48-49.

Научный руководитель:
доктор экономических наук,
заведующий кафедрой товароведения
непродовольственных товаров
креативной индустрии ФГБОУ ВО
«Донецкий национальный университет
экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского»



Н.А. Ольмезова