

## СВЕДЕНИЯ

о ведущей организации по диссертации Ольмезовой Надежды Александровны на тему: «Управление позиционированием портфеля брендов», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч маркетинг)

1.	Полное наименование	Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования Луганской Народной Республики «Донбасский государственный технический университет»
2.	Место нахождения	Луганская Народная Республика, г. Алчевск
3.	Почтовый адрес, телефон (при наличии), адрес электронной почты (при наличии), адрес официального сайта в сети «Интернет» (при наличии)	94204, ЛНР, г. Алчевск, пр. Ленина, 16 приемная ректора (06442) 2-60-43 e-mail: info@dstu.education сайт: <a href="http://www.dstu.education.ru">http://www.dstu.education.ru</a>
4.	Список основных публикаций работников ведущей организации по теме диссертации в рецензируемых научных изданиях за последние 5 лет (не более 15-ти публикаций)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Припотень В.Ю. Принципы формирования портфеля брендов промышленного предприятия // В.Ю. Припотень, Ю.В. Бородач // Торговля и рынок. – 2017. – Вып. 3. – Т. 2. – С. 72-80.</li> <li>2. Костенко М.Н. Влияние портфеля брендов на выбор организационной структуры департамента маркетинга предприятия // М.Н. Костенко, Д.О. Бецан // Торговля и рынок. – 2017. – Вып. 3. – Т. 2. – С. 48-54.</li> <li>3. Припотень В.Ю. Позиционирование бренда ассортиментных групп продукции в кризисных условиях // В.Ю. Припотень, Н.Н. Шиков // Торговля и рынок. – 2017. – Вып. 3. – Т. 2. – С. 102-109.</li> <li>4. Припотень В.Ю. Роль информации в управлении позиционированием брендов // В.Ю. Припотень, А.Н. Коваленко // Торговля и рынок. – 2017. – Вып. 3. – Т. 2. – С. 93-101.</li> <li>5. Припотень В.Ю. Особенности формирования портфеля брендов предприятий // В.Ю. Припотень, Е.В. Кобзева // Торговля и рынок. – 2017. – Вып. 3. – Т. 2. – С. 81-92.</li> <li>6. Ульяницкая О.В. HR-брендинг как инструмент реализации кадровой политики предприятия // О.В. Ульяницкая, А.С. Ачкальда // Торговля и рынок. – 2017. – Вып. 3. – Т. 2. – С. 124-135.</li> <li>7. Мова Е.В. Особенности развития интернет-брендинга в РФ // Е.В. Мова, М.Н. Костенко // Торговля и рынок. – 2017. – Вып. 4. – С. 74-85.</li> <li>8. Бецан Д.О. Роль брендов при выборе маркетинговой стратегии предприятия // Д.О. Бецан, Л.И. Рябенко // Торговля и рынок. – 2017. – Вып. 4. – С. 56-62.</li> <li>9. Склепович М.В. Управление позиционированием бренда предприятия // М.В. Склепович // Торговля и рынок. – 2017. – Вып. 4. – С. 101-109.</li> </ol>

		<p>10. Мова Е.В. Использование нетрадиционных методов продвижения товаров как способ повышения уровня популярности российских брендов на мировом рынке // Е.В. Мова, М.Н. Костенко // Экономика строительства и городского хозяйства. 2017. Том 13, Номер 4, С. 93-101.</p> <p>11. Ульяницкая О.В., Беляева А.В. Разработка стратегии продвижения торговой марки [Текст] // О.В. Ульяницкая, А.В. Беляева // Материалы за 11-а международна научна практична конференция «Achievement of high school»,– 2015.– Том 2. Икономики, София, «Бял ГРАФ–БГ» ООД–72 с. (с.35-44)</p>
--	--	---

**Верно**

И.о. проректора по научной работе  
 ГОУ ВПО ЛНР «Донбасский  
 государственный технический  
 университет»



С.В.Куберский