

**Сведения
об участнике конкурса
на замещение должности научно-педагогического работника**

ФИО (полностью) – Алканова Ольга Николаевна

Замещаемая должность, доля ставки – старший преподаватель, 1,0 ставка

Кафедра маркетинга СПбГУ

Дата объявления конкурса – 16.10.2014

1. Место работы в настоящее время (организация, должность) – ассистент, кафедра маркетинга, Санкт-Петербургский государственный университет
2. Ученая степень (с указанием научной специальности) – кандидат экономических наук, специальность 08.05.00 — Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)
3. Ученое звание – нет
4. Стаж научно-педагогической работы – 4,5 года
5. Общее количество опубликованных работ – 17
6. Научные, учебно-методические, творческо-исполнительские работы за последние 5 лет или с момента последнего избрания по конкурсу:

№ п/п	Наименование трудов	Рукопись или печатные	Название издательства, журнала (номер, год) или номер авторского свидетельства	Количество печатных листов	Фамилия соавторов работ
1	2	3	4	5	6
I. Научные работы					
1.	Интегрированный подход к оценке эффективности брендинга (<i>Статья в сборнике</i>)	Печатная	Маркетинг взаимодействия в инновационной экономике : сборник материалов Международной научно-практической конференции, 28–30 сентября 2009 г., Санкт-Петербург. — В 2-х ч. — СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2009. — Ч. 2.	<u>0,7</u> 0,4	Старов С. А.
2.	Методология оценки эффективности брендинга (<i>Статья</i>)	Печатная	Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент. — 2009. — Вып. 4.	<u>1,5</u> 0,8	Старов С. А.

Сведения, содержащиеся в п. 1-14 настоящей анкеты публикуются на официальном сайте СПбГУ и представляются членам Ученого совета Факультета (Ученого совета СПбГУ) в соответствии с п. 3.3. Положения о конкурсе на замещение должностей профессорско-преподавательского состава СПбГУ от 06.07.2012

№ п/п	Наименование трудов	Рукопись или печатные	Название издательства, журнала (номер, год) или номер авторского свидетельства	Количество печатных листов	Фамилия соавторов работ
1	2	3	4	5	6
3.	Integrated Model of Branding Effectiveness Assessment (<i>Статья в сборнике</i>)	Электр.	Proceedings of the Doctoral Consortsium, IMP Conference, Budapest, Hungary, August 31 – September 1, 2010. — Режим доступа: http://www.impgroup.org/paper_view.php?viewPaper=7494 , свободный.	0,7	
4.	Оценка эффективности брендинга в современной теории маркетинга (Часть 1) (<i>Статья</i>)	Печатная	Бренд-менеджмент. — 2010. — № 4.	<u>0,8</u> 0,5	Старов С. А.
5.	Оценка эффективности брендинга в современной теории маркетинга (Часть 2) (<i>Статья</i>)	Печатная	Бренд-менеджмент. — 2010. — № 5.	<u>1,6</u> 1,0	Старов С. А.
6.	Оценка эффективности брендинга на рынке услуг на основе модели точек контакта с брендом (на примере авиакомпании «Сибирь») (<i>Статья</i>)	Печатная	Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент. — 2011. — Вып. 1.	<u>1,7</u> 0,5	Старов С. А., Морева И. А.
7.	Оценка результативности брендинга товаров и услуг на потребительских рынках: интегральный подход (<i>Статья в сборнике</i>)	Печатная	Новые тенденции в экономике и управлении организацией : сборник научных трудов XI Междунар. научно-практической конференции, Екатеринбург, 16-18 апреля 2012 г. / Уральский федеральный университет. — Екатеринбург : УрФУ, 2012.	0,3	

Сведения, содержащиеся в п. 1-14 настоящей анкеты публикуются на официальном сайте СПбГУ и представляются членам Ученого совета Факультета (Ученого совета СПбГУ) в соответствии с п. 3.3. Положения о конкурсе на замещение должностей профессорско-преподавательского состава СПбГУ от 06.07.2012

№ п/п	Наименование трудов	Рукопись или печатные	Название издательства, журнала (номер, год) или номер авторского свидетельства	Количество печатных листов	Фамилия соавторов работ
1	2	3	4	5	6
8.	Brand Performance: Towards a Clear Set of Metrics (Статья в сборнике)	Электр.	Conference Proceedings of the Academy of Marketing 2012 Conference “Marketing: Catching the Technology Wave”, Southampton, UK, July 2-5, 2012. — Режим доступа: https://marketing.conferenceservices.net/programme.asp?conferenceID=2958&language=en-uk , свободный.	0,4	
9.	Бренд, товарный знак и коммерческий символ как объекты управления компании (Статья)	Печатная	Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент. — 2012. — Вып. 2.	<u>1,4</u> 0,6	Старов С.А., Молчанов Н.Н.
10.	Brand Equity as a Goal and as a Source of Control: what to measure and when to measure (Статья в сборнике)	Электр.	Conference Proceedings of the Academy of Marketing 2013 Conference “Marketing: Relevance”, Cardiff, UK, July 8-11, 2013. — Режим доступа: https://marketing.conferenceservices.net/programme.asp?conferenceID=3554&language=en-uk , свободный.	<u>0,5</u> 0,2	Muravskii D.V, Smirnova M.M.
11.	What Was Brand Equity Anyway, and How Did They Measure It? (Статья в сборнике)	Электр.	Conference Proceedings of the Academy of Marketing Science World Marketing Congress, Melbourne, Australia, July 17-20, 2013. — Режим доступа: http://www.amsweb.org/associations/213/files/WMC%202013%20Final%20Proceedings_2.pdf , свободный.	<u>0,5</u> 0,2	Muravskii D.V, Smirnova M.M.

Сведения, содержащиеся в п. 1-14 настоящей анкеты публикуются на официальном сайте СПбГУ и представляются членам Ученого совета Факультета (Ученого совета СПбГУ) в соответствии с п. 3.3. Положения о конкурсе на замещение должностей профессорско-преподавательского состава СПбГУ от 06.07.2012

№ п/п	Наименование трудов	Рукопись или печатные	Название издательства, журнала (номер, год) или номер авторского свидетельства	Количество печатных листов	Фамилия соавторов работ
1	2	3	4	5	6
12.	Brand Financial Performance Factors: Empirical evidence from Russian brands (Статья в сборнике)	Электр.	Conference Proceedings of the 4th EMAC Regional Conference, St. Petersburg, Russia, September 25-27, 2013.	$\frac{0,4}{0,3}$	Starov S.A.
13.	Оценка восприятия брендов потребителем, производителем и инвестором: развитие представления о капитале бренда (Статья)	Печатная	Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент. — 2013. — Вып. 3.	$\frac{1,5}{0,6}$	Муравский Д. В., Смирнова М. М.
14.	Маркетинг на развивающихся рынках: подходы к определению и направления исследований (Статья)	Печатная	Российский журнал менеджмента. – 2014. – Т.12, №1	$\frac{1,0}{0,7}$	Смирнова М.М.
15.	Создание и использование учебных кейсов в российском бизнес-образовании	Печатная	Российский журнал менеджмента. – 2014. – Т.12, №1	$\frac{1,4}{0,5}$	Гладких И.В.
II. Учебно-методические работы					
16.	Komarovo Equestrian Club: Give Way to New Favourite? (Учебный кейс)	Электр.	The European Case Clearing House (ECCH). — 2012. — 512-125-1.	0,66	
17.	Komarovo Equestrian Club: Give Way to New Favourite? (Методические указания к учебному кейсу)	Электр.	The European Case Clearing House (ECCH). — 2012. — 512-125-1.	0,48	

7. Наиболее значимые работы за предшествующие годы (указываются по усмотрению претендента):

Нет.

8. Количество публикаций в базах данных:
РИНЦ: 11, Индекс Хирша – 2
Web of Science Core Collection: 0, Индекс Хирша – 0
Scopus: 0, Индекс Хирша – 0

9. Сведения об аспирантах и соискателях, защитивших диссертации под научным руководством претендента:

Нет.

Сведения, содержащиеся в п. 1-14 настоящей анкеты публикуются на официальном сайте СПбГУ и представляются членам Ученого совета Факультета (Ученого совета СПбГУ) в соответствии с п. 3.3. Положения о конкурсе на замещение должностей профессорско-преподавательского состава СПбГУ от 06.07.2012

10. Сведения об участии в научно-исследовательских проектах, программах, грантах (за последние 5 лет или с момента последнего избрания по конкурсу):

1. Исполнитель НИР СПбГУ (финансирование в рамках Мероприятия 7 «Проведение НИР за счет средств СПбГУ, полученных от приносящей доход деятельности по направлению менеджмент»):
 - a. «Разработка методологии интегральной оценки эффективности брендинга» (шифр проекта 16.23.1223.2011, сроки реализации: 01.06.2011-15.12.2011, руководитель: к.э.н., доц. Старов С.А.).
 - b. «Управление брендами на развивающихся рынках: формирование конкурентных преимуществ, защита торговых знаков, стратегии брендинга» (шифр проекта 16.23.978.2012, сроки реализации: 10.05.2012-29.12.2014, руководитель: к.э.н., доц. Старов С.А.).
 - c. «Методологические основы межфирменного взаимодействия в ходе создания и коммерциализации инноваций» (шифр проекта 16.23.1694.2014, сроки реализации: 08.09.2014-15.05.2015, руководитель: к.э.н., доц. Смирнова М.М.).
2. Гранты СПбГУ на участие в международных конференциях (финансирование в рамках Мероприятия 5 «Поддержка участия сотрудников, студентов и аспирантов СПбГУ в международных и всероссийских конференциях с докладами по результатам выполнения фундаментальных НИР»): 5 за период 2011-2013 гг.
3. Исполнитель проекта: «Формирование международного образовательного ресурса по тематике инновационного менеджмента и технологического предпринимательства (для программ уровня магистратуры)» (в рамках соглашения с Фондом инфраструктурных и образовательных программ; шифр проекта 16.19.1392.2012, сроки реализации: 15.06.2012-30.06.2014, руководитель: д.т.н., проф. Гаврилова Т.А.).

11. Сведения об экспертной деятельности (членство в диссертационных советах, Экспертном совете ВАК, научно-технических советах РАН, иных советах):

Нет.

12. Сведения о членстве в редколлегиях научных журналов, оргкомитетах научных конференций:

Член оргкомитета международных научных конференций:

- Международная научная конференция «Реформирование общественного сектора» (СПбГУ, 2011, 2012, 2013 гг.)
- Международная научная конференция «Динамические способности и устойчивая конкурентоспособность фирм и стран» (СПбГУ, 10 октября 2012 г.)
- VII международная конференция «Теория игр и менеджмент» (СПбГУ, 26-28 июня 2013 г.)
- 4ая Региональная конференция Европейской маркетинговой академии «Особенности изучения маркетинга в развивающихся странах» (СПбГУ, 25-27 сентября 2013 г.)

13. Сведения о почетных и академических званиях, международных, государственных, академических и иных премиях, победах в международных и всероссийских конкурсах:

Нет.

14. Иные сведения о научно-педагогической/ творческо-исполнительской деятельности (по усмотрению претендента)

Научные и учебно-методические публикации в работе:

Сведения, содержащиеся в п. 1-14 настоящей анкеты публикуются на официальном сайте СПбГУ и представляются членам Ученого совета Факультета (Ученого совета СПбГУ) в соответствии с п. 3.3. Положения о конкурсе на замещение должностей профессорско-преподавательского состава СПбГУ от 06.07.2012

№ п/п	Наименование трудов	Рукопись или печатные	Название издательства, журнала (номер, год) или номер авторского свидетельства	Кол-во печ. листов	Фамилия соавторов работ
1	2	3	4	5	6
I. Научные работы					
1.	Brand Characteristics Influence on Brand Alliance Engagement: Evidence from Russian Market	Статья	<i>Уточняется (рукопись в работе, планируется к подаче в журнал категории C / D)</i>	<u>1,5</u> 0,6	Е.В. Samuylova, D.V. Muravskii, M.M. Smirnova
2.	Brand Financial Performance Factors: Empirical Evidence from the Russian Market	Статья	<i>Journal of Marketing Management - Special Issue on Exploring the Performativity of Marketing: Theories, Practices and Devices</i>	<u>1,5</u> 0,9	M.M. Smirnova, S.A. Starov
3.	Social Media Content Influence on Consumer Brand Capital: Evidence from the Luxury Industry	Статья	<i>Уточняется (рукопись в работе, планируется к подаче в журнал категории C / D)</i>	<u>1,5</u> 0,6	E. Kostyukova
II. Учебно-методические работы					
4.	To Play or not to Play against Google Play: How to differentiate from the global leader on the local market (Учебный кейс)	Электр.	Case Center	0,7	Бобрикова Т.В.
5.	To Play or not to Play against Google Play: How to differentiate from the global leader on the local market (Методические указания к учебному кейсу)	Электр.	Case Center	0,5	Бобрикова Т.В.

Сведения об участии в заявках на финансирование научно-исследовательских проектов, программ, грантов (идет экспертиза поданных заявок):

1. Исполнитель НИР СПбГУ «Создание устойчивого преимущества в контексте развивающегося рынка: организационные способности российских компаний» (подана на конкурс СПбГУ в рамках Мероприятия 2/15 «Проведение фундаментальных научных исследований по областям знаний», руководитель проекта к.э.н., доц. Смирнова М.М.)
2. Руководитель НИР «Исследование эффективности применения социальных медиа как платформы продвижения инновационных продуктов» (подана на конкурс 2015 г. на право получения гранта Президента Российской Федерации для государственной поддержки молодых российских учёных – кандидатов и наук и докторов наук).

Преподаваемые курсы:

- «Маркетинг» (на русском языке, на программах бакалавриата по направлению менеджмент, 2010-2011 гг.)
- «Основы маркетинга» (на русском языке для профилей подготовки «реклама», «связи с общественностью», «социально-экономическая география» на программах бакалавриата, магистратуры, с 2010-2013 гг.);

Сведения, содержащиеся в п. 1-14 настоящей анкеты публикуются на официальном сайте СПбГУ и представляются членам Ученого совета Факультета (Ученого совета СПбГУ) в соответствии с п. 3.3. Положения о конкурсе на замещение должностей профессорско-преподавательского состава СПбГУ от 06.07.2012

- «Поведение потребителей» (на русском языке, на программах бакалавриата по направлению менеджмент, с 2012 г.);
- «Маркетинговые исследования» (на русском языке, на программах бакалавриата по направлению менеджмент, 2014 г.);
- «Маркетинговые исследования» (на английском языке, на программах бакалавриата по направлению менеджмент, с 2014 г.);
- «Количественные методы исследований в маркетинге» (на английском языке, на программах бакалавриата по направлению менеджмент, с 2012 г.);
- «Бизнес в России» (на английском языке, на программах магистратуры по направлению менеджмент, с 2013 г.);
- «Консультационный проект» (на английском языке, на программах магистратуры по направлению менеджмент, с 2013 г.)

Опыт научного руководства:

	2010/2011 уч. год	2011/2012 уч. год	2012/2013 уч. год	2013/2014 уч. год
Курсовые работы по профилю подготовки «Маркетинг»	1	2	4	5
Выпускные квалификационные работы по профилю подготовки «Маркетинг»	-	1	4	5
Консультационные проекты на программах магистратуры по направлению «Менеджмент», реализуемых на английском языке	2	1	2	1
Бизнес-проекты на программах магистратуры по направлению «Менеджмент», реализуемых на английском языке	1	0	1	1

Дополнительный опыт учебно-методической и организационной работы:

- Секретарь ГАК по ступени образования бакалавриат по направлению 080500 «Менеджмент», профиль «Маркетинг», 2012-2013 гг.
- Секретарь ГАК по основной образовательной программе магистратуры «Международный бизнес» по направлению 080200 «Менеджмент», реализуемой на английском языке, 2013 г.
- Руководство ООП ВПО по уровню магистратура «Международный бизнес (Master in International Business – MIB)», реализуемой на английском языке, с 2013 г.
- Руководство ООП ВПО по уровню магистратура «Менеджмент (Master in Management – MIM)», реализуемой на английском языке, с 2014 г.

Рецензент международных научных конференций:

- Международная научная конференция «Развивающиеся рынки: перспективы развития бизнеса и государства» 2014 (ad hoc reviewer)
- EMAC Regional 2013, 2014 Conferences (ad hoc reviewer)
- EMAC 2014, 2015 Conferences (ad hoc reviewer)
- Academy of Marketing 2014 Conference “Marketing Dimensions: People, places and spaces” (invited reviewer)

Членство в международных академических и профессиональных ассоциациях:

- British Academy of Marketing (AM), с 2011 г.
- European Marketing Academy (EMAC), с 2012 г.
- Academy of Marketing Science (AMS), с 2013 г.