

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

1. ФИО (полностью): Кирюков Сергей Игоревич
2. Замещаемая должность, доля ставки: доцент, 1,0 ставка
3. Кафедра (подразделение): маркетинга СПбГУ
4. Дата объявления конкурса: 29.04.2016
5. Место работы в настоящее время (организация, должность): СПбГУ, Институт «Высшая школа менеджмента», кафедра маркетинга, доцент
6. Ученая степень (с указанием научной специальности): кандидат экономических наук, 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством» (маркетинг)
7. Ученое звание: доцент
8. Стаж научно-педагогической работы: 22 года
9. 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 или страниц	Фамилия соавторов работ
I. Научные работы					
1.	Эволюция теории управления маркетинговыми каналами <i>(Статья)</i>	Печатная	Вестник Санкт-Петербургского Университета. Серия 8. Менеджмент. – 2011.- Выпуск 2.	1,0	
2.	Корпоративный ребрендинг рыночно-ориентированных компаний: теоретические основы и направления дальнейших исследований <i>(Статья)</i>	Печатная	Вестник Санкт-Петербургского Университета. Серия 8. Менеджмент. – 2014.- Выпуск 2.	<u>1,0</u> 0,5	Ландграф П.А.
3.	Управление маркетинговыми каналами <i>(Учебник)</i>	Печатная	Высшая школа менеджмента, СПбГУ. – СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010.	29,9	

Сведения, содержащиеся в настоящей анкете, публикуются на официальном сайте СПбГУ и представляются членам Ученого совета Факультета / Института (Ученого совета СПбГУ) в соответствии с Положения о порядке замещения должностей научно-педагогических работников СПбГУ, утвержденного приказом Ректора от 27.08.2015 № 6281/1

4.	Становление и развитие собственных торговых марок розничных сетей на рынке FMCG (Статья)	Печатная	Бренд-менеджмент. – 2012. – №6	$\frac{0,8}{0,4}$	Старов С.А.
5.	Имитация как стратегия брендинга (Статья)	Печатная	Бренд-менеджмент. – 2015. – №3	$\frac{1,5}{0,5}$	Старов С.А. Загорский А.Л.
6.	Управление воспринимаемым риском покупки товаров под собственными торговыми марками (Статья)	Печатная	Бренд-менеджмент. – 2016. – №1	$\frac{1,5}{0,5}$	Старов С.А. Гладких И.В.
II. Учебно-методические работы					
7.	Стратегия фирменной розничной торговли компании «Зенит-Трейд» (Учебный кейс)	Печатная	Стратегический и операционный маркетинг: кейсы из коллекции ВШМ СПбГУ / под ред. И. В. Гладких; Высшая школа менеджмента СПбГУ. — СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2015.	0,6	
8.	Компания «Кемитек»: разработка стратегии продаж и реформирование службы сбыта (Учебный кейс)	Печатная	Стратегический и операционный маркетинг: кейсы из коллекции ВШМ СПбГУ / под ред. И. В. Гладких; Высшая школа менеджмента СПбГУ. — СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2015.	0,5	
9.	Маркетинг или продажи: как продвинуть на российский рынок итальянские отели? (Учебный кейс)	Печатная	Стратегический и операционный маркетинг: кейсы из коллекции ВШМ СПбГУ / под ред. И. В. Гладких; Высшая школа менеджмента СПбГУ. — СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2015.	0,5	

Сведения, содержащиеся в настоящей анкете, публикуются на официальном сайте СПбГУ и представляются членам Ученого совета Факультета / Института (Ученого совета СПбГУ) в соответствии с Положения о порядке замещения должностей научно-педагогических работников СПбГУ, утвержденного приказом Ректора от 27.08.2015 № 6281/1

10.	Разработка концепции развития туризма г. Выборга на основе выбора городов-аналогов (<i>Учебный кейс</i>)	Печатная	Стратегический и операционный маркетинг: кейсы из коллекции ВШМ СПбГУ / под ред. И. В. Гладких; Высшая школа менеджмента СПбГУ. — СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2015.	<u>1,2</u> 0,6	Кротов К.В.
11.	Концепция идеального города для потребителей (<i>Учебный кейс</i>)	Печатная	Стратегический и операционный маркетинг: кейсы из коллекции ВШМ СПбГУ / под ред. И. В. Гладких; Высшая школа менеджмента СПбГУ. — СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2015.	0,5	
12.	Concept of an Ideal Consumer-City (<i>Case</i>)	Регистрация	The European Case Clearing House (ECCH). — 2011. — 511-089-1.	0,5	
	Dyatkovo Furniture Integrated Plan: How to Survive in the Furniture Market (<i>Case</i>)	Регистрация	The European Case Clearing House (ECCH). — 2011. — 511-091-1.	1,0	
	Grand Canyon Shopping and Entertainment Center Concept (<i>Case</i>)	Регистрация	The European Case Clearing House (ECCH). — 2011. — 511-092-1.	0,5	
	Rosenlew Fridge — A Finnish One, A Good One... (<i>Case</i>)	Регистрация	The European Case Clearing House (ECCH). — 2011. — 511-094-1.	0,5	
	Sibirskaya Korona Beer: Regional Sales Strategy Development (<i>Case</i>)	Регистрация	The European Case Clearing House (ECCH). — 2011. — 511-095-1.	0,6	

Сведения, содержащиеся в настоящей анкете, публикуются на официальном сайте СПбГУ и представляются членам Ученого совета Факультета / Института (Ученого совета СПбГУ) в соответствии с Положения о порядке замещения должностей научно-педагогических работников СПбГУ, утвержденного приказом Ректора от 27.08.2015 № 6281/1

Zolotaya Semechka Vegetable Oil: Integrated Logistics Development (Case)	Регистрация	The European Case Clearing House (ECCH). — 2011. — 511-099-1.	0,6	
---	-------------	---	-----	--

10. Количество публикаций и индекс Хирша в базах данных:

РИНЦ - 14, в т.ч. за последние 3 года - 3. Индекс Хирша - 3,

Web of Science Core Collection - нет, в т.ч. за последние 3 года - нет. Индекс Хирша – нет.

Scopus - нет, в т.ч. за последние 3 года - нет, индекс Хирша – нет.

11. Количество заявок, поданных за последние три года, с целью получения финансирования на выполнение научных исследований:

- От российских научных фондов (за исключением средств СПбГУ) - нет
- За счет средств СПбГУ - нет
- От зарубежных научных фондов - нет
- Из иных внешних источников – нет.

12. Количество договоров на выполнение научных исследований, в которые за последние три года претендент участвовал в качестве руководителя (ответственного исполнителя) с указанием года заключения, срока, названия и объема финансирования каждого:

	С российскими научными фондами	С зарубежными научными фондами	С другими внешними организациями
Количество			
Руководитель /ответственный исполнитель			
Год заключения			
Срок			
Название			
Объем финансирования			

13. Опыт научного руководства и консультирования за последние 3 года:

- число ВКР бакалавров/специалистов - 15
- число диссертаций магистерских/ кандидатских/докторских - 0
- число выпускников аспирантуры - 0

14. Опыт учебно-методической работы за последние 3 года:

- число разработанных и реализованных учебных курсов - 7

Сведения, содержащиеся в настоящей анкете, публикуются на официальном сайте СПбГУ и представляются членам Ученого совета Факультета / Института (Ученого совета СПбГУ) в соответствии с Положения о порядке замещения должностей научно-педагогических работников СПбГУ, утвержденного приказом Ректора от 27.08.2015 № 6281/1

- наименование разработанных и реализованных учебных курсов:
 - «Управление продажами» (бакалавриат)
 - «Основы маркетинга» (бакалавриат)
 - «Функциональные области логистики» (бакалавриат)
 - «Стратегический маркетинг» (ЕМВА)
 - «Логистика и управление цепями поставок» (ЕМВА)
 - «Элементы логистической деятельности» (программа повышения квалификации) -
 - «Клиентоориентированный менеджмент» (программа повышения квалификации)
- число учебников, учебных пособий, прошедших редакционно-издательскую обработку:

в международном центре учебных кейсов зарегистрировано 6 учебных кейсов

15. Знание иностранных языков с указанием уровня владения:

Английский – читает и переводит со словарем.

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

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

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

19. Иная информация, представленная по инициативе претендента: _____