

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

ФИО (полностью) Муравский Даниил Владимирович

Замещаемая должность, доля ставки ассистент (0,5 ставки)

Кафедра (подразделение) кафедра маркетинга СПбГУ

Дата объявления конкурса 12.02.2015

1. Место работы в настоящее время (организация, должность) СПбГУ, Кафедра маркетинга, ассистент
2. Ученая степень (с указанием научной специальности) нет
3. Ученое звание нет
4. Стаж научно-педагогической работы 1 год 09 мес.
5. Общее количество опубликованных работ 13
6. Научные, учебно-методические, творческо-исполнительские работы за последние 5 лет или с момента последнего избрания по конкурсу:

№ п/п	Наименование работы, ее вид	Форма работы	Название издательства, журнала (номер, год) или номер авторского свидетельства	Количество печатных листов или страниц	Фамилия соавторов работ
1	2	3	4	5	6
1	Исследование представления брендов а рамках архитектуры "дом брендов" на примере компании Marvel <i>(Тезисы в электронном сборнике научной конференции)</i>	Электронная	Сборник докладов Пятой ежегодной научной конференции «Современный менеджмент: проблемы, гипотезы, исследования» 23-25 октября 2012 г. Москва, Россия	0,4 п.л. (авт. — 0,2п.л.)	Ландграф П.А.
2	Роль совместного брендинга в создании ценности многосторонних платформ <i>(Тезисы в электронном сборнике научной конференции)</i>	Электронная	Сборник докладов Пятой ежегодной научной конференции «Современный менеджмент: проблемы, гипотезы, исследования» 23-25 октября 2012 г. Москва, Россия	0,4 п.л. (авт. — 0,2 п.л.)	Яблонский С.А., Смирнова М.М., Нефедовым К.С.
3	An explorative study of the role of “ally” and “rival” brand communities in forming consumer perceptions of brands <i>(Тезисы в электронном сборнике научной конференции)</i>	Электронная	Conference Proceedings of the 4th European marketing association regional conference, St.-Petersburg, Russia, 2013.	0,4 п.л. (авт. — 0,2 п.л.)	Ландграф П.А.

4	You are judged by the allies you keep: The role of borrowed brand equity (Тезисы в электронном сборнике научной конференции)	Электронная	Conference Proceedings of Academy of Marketing Conference 2013 Doctoral Colloquium, University of South Wales, Cardiff, UK, 2013	0,4 п.л. (авт. — 0,4 п.л.)	-
5	What was brand equity anyway and how did they measured it? (Тезисы в электронном сборнике научной конференции)	Электронная	Сборник докладов Всемирного маркетингового конгресса (World Marketing Congress), Monash University, Мельбурн, Австралия, 2013	0,4 п.л. (авт. — 0,2 п.л.)	Алканова О.Н., Смирнова М.М.
6	Exploring the Brand Ecosystem: May all Who Enter as Guests Leave as brand Allies! (Тезисы в электронном сборнике научной конференции)	Электронная	Сборник докладов 42-й Ежегодной конференции Европейской академии маркетинга (42nd Annual Conference of European Marketing Academy), Istanbul Technical University, Стамбул, Турция, 2013	0,4 п.л. (авт. — 0,2 п.л.)	Самуйлова Е., Смирнова М.М., Алканова О.Н.
7	Keeping Multiple Brand Allies: The Consumer Perspective (Тезисы в электронном сборнике научной конференции)	Электронная	Conference Proceedings of Academy of Marketing Conference 2013, University of South Wales, Cardiff, UK, 2013	0,4 п.л. (авт. — 0,2 п.л.)	Смирнова М.М.
8	Оценка восприятия брендов потребителем, производителем и инвестором: развитие трехаспектного представления о капитале бренда (Статья в научном журнале списка ВАК)	Печатная	Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Серия 8. Менеджмент, 2013, Вып. 3	1,5 п.л. (авт. — 0,5 п.л.)	Смирнова М.М., Алканова О.Н.
9	Brand Equity as a Goal and as a Source of Control: What to Measure and When to Measure (Тезисы в электронном сборнике научной конференции)	Электронная	Conference Proceedings of Academy of Marketing Conference 2013, University of South Wales, Cardiff, UK, 2013	0,4 п.л. (авт. — 0,2 п.л.)	Смирнова М.М., Алканова О.Н.
10	Управление брендами в многосторонних платформах: роль совместного брендинга (Статья в научном журнале списка ВАК)	Печатная	Маркетинг и маркетинговые исследования, 2013, Вып. 5.	0,5 п.л. (авт. — 0,2 п.л.)	Яблонский С.А., Смирнова М.М.
11	Восприятие потребителями брендовых альянсов (Статья в научном журнале списка ВАК)	Печатная	Вестник Университета (Государственный университет управления), 2014, Вып. 3, С. 147-152.	0.5 п.л.	-
12	Exploring the Ecosystem of Brand Communities	Электронная	Conference Proceedings of Academy of Marketing	0,4 п.л. (авт.	Ландграф

	(Тезисы в электронном сборнике научной конференции)		Conference 2014, Bournemouth University, Bournemouth, UK, 2014	— 0,2 п.л.)	П.А.
13	Решение «исследовательского» вопроса посредством создания коллаборативных исследовательских платформ для студентов (Статья в профессиональном журнале)	Печатная	"Бизнес-образование" №1(35), 2014 С. 78-81 ISSN 2307-115X;	0.4 п.л.	-

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

№ п/п	Наименование работы, ее вид	Форма работы	Название издательства, журнала (номер, год) или номер авторского свидетельства	Количество печатных листов или страниц	Фамилия соавторов работ
1	2	3	4	5	6
1.	Оценка восприятия брендов потребителем, производителем и инвестором: развитие трехаспектного представления о капитале бренда	Статья в научном журнале списка ВАК	Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Серия 8. Менеджмент, 2013, Вып. 3	1,5 п.л. (авт. — 0,5 п.л.)	Смирнова М.М., Алканова О.Н.
2.	Управление брендами в многосторонних платформах: роль совместного брендинга	Статья в научном журнале списка ВАК	Маркетинг и маркетинговые исследования, 2013, Вып. 5.	0,5 п.л. (авт. — 0,2 п.л.)	Яблонский С.А., Смирнова М.М.
3.	Восприятие потребителями брендовых альянсов	Статья в научном журнале списка ВАК	Вестник Университета (Государственный университет управления), 2014, Вып. 3, С. 147-152.	0.5 п.л.	-
4.	Keeping Multiple Brand Allies: The Consumer Perspective	Тезисы в электронном сборнике научной конференции	Conference Proceedings of Academy of Marketing Conference 2013, University of South Wales, Cardiff, UK, 2013	0,4 п.л. (авт. — 0,2 п.л.)	Смирнова М.М.

8. Количество публикаций в базах данных:

РИНЦ: 3_, Индекс Хирша ___1___

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

Количество аспирантов\докторантов	Тема диссертационного исследования	Научная специальность	Дата защиты
Кандидатские диссертации			

Докторские диссертации			

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

Исполнитель НИР СПбГУ (финансирование в рамках Мероприятия 7 «Проведение НИР за счет средств СПбГУ, полученных от приносящей доход деятельности по направлению менеджмент»):

1. «Многосторонние сетевые платформы: методы описания и анализа бизнес-моделей международных и российских компаний» (шифр проекта 16.23.981.2012, сроки реализации: 10.05.2012-27.12.2013, руководитель: к.э.н., доц. Яблонский С.А.).

2. «Управление брендами на развивающихся рынках: формирование конкурентных преимуществ, защита торговых знаков, стратегии брендинга» (шифр проекта 16.23.978.2012, сроки реализации: 10.05.2012-29.12.2013, руководитель: к.э.н., доц. Старов С.А.).

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»): 2 за период 2012-2015 гг.

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: нет

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)