

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

ФИО (полностью) Смирнова Мария Михайловна

Замещаемая должность, доля ставки доцент (1,0 ст.)

Кафедра (подразделение) маркетинга

Дата объявления конкурса 23.04.2015

1. Место работы в настоящее время (организация, должность) СПбГУ, кафедра маркетинга, доцент (1,0 ст.)
2. Ученая степень (с указанием научной специальности) кандидат экономических наук. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством»
3. Ученое звание доцент
4. Стаж научно-педагогической работы 7 лет
5. Общее количество опубликованных работ 44
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 или страниц	Фамилия соавторов работ
1	Портфель взаимоотношений: постановка вопроса исследования и изучение опыта российских компаний <i>(доклад на конференции)</i>	печ.	Современный менеджмент: проблемы, гипотезы, исследования : сборник научных трудов — г. Санкт-Петербург, — 2010. — С. 584, 161-170	1/0,5 п.л.	Ребязина В.А.
2	Opportunity of usage co-branding strategies for Russian companies <i>(доклад на конференции)</i>	печ.	Proceedings of the 26th IMP Conference «Business networks – Globality, Regionality, Locality» — Budapest, Hungary, — 2010. — P. 15-22	1/0,5 п.л.	Морева И.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

3	Building portfolio of relationships with partners on b2b markets (case of Russian innovative companies) <i>(доклад на конференции)</i>	печ.	1st EMAC Regional Conference «Marketing Theory Challenges in Emerging Societies», Conference Proceedings — Budapest, Hungary, — 2010. — P. 411–417	0,7/0,3 п.л.	Rebyazina V., Kouchtch S.
4	Understanding the role of marketing–purchasing collaboration in industrial markets: The case of Russia <i>(статья)</i>	печ.	Industrial Marketing Management, 2011. — Vol. 40, — № 1. — P. 54-64	1,5/0,5 п.л.	Stephan C. Henneberg, Bahar Ashnai, Peter Naudé, Stefanos Mouzas
5	Development and validation of a cross-nationally stable scale of consumer animosity <i>(статья)</i>	печ.	Journal of Marketing Theory and Practice, 2011. — Vol. 19, — № 2. — P. 235-251	1,5/0,3 п.л.	S. Hoffman, R. Mai
6	Взаимодействие с партнерами как фактор развития инноваций на примере российских промышленных компаний <i>(статья)</i>	печ.	ИННОВАЦИИ, 2011. — № 7 (153). — С. 48–57	1,0/0,5 п.л.	Ребызина В.А.
7	Customer orientation in Russia – a Myth or Reality? <i>(доклад на конференции)</i>	печ.	2nd EMAC Regional Conference «Marketing Theory Challenges in Emerging Societies», Conference Proceedings, 2011. — P. 233–239	0,8/0,2 п.л.	Rebyazina V., Tretyak O., Kouchtch S., Rozhkov A
8	How Individual, Product and Situational Determinants Affect the Intention to Buy and Organic Food Buying Behavior: A Cross-National Comparison in Five Nations <i>(статья)</i>	печ.	der markt, 2011. — Vol. 51, — № 1. — P. 1-9	1,0/0,5 п.л.	Soyez K., Francis J.N.P.,

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

9	Инновационная деятельность российских компаний: результаты эмпирического исследования (статья)	печ.	РОССИЙСКИЙ ЖУРНАЛ МЕНЕДЖМЕНТА, 2011. — Т. 9, — № 3. — С. 29–54	1,5/0,4 п.л.	Ребязина В.А., Куш С.П., Красников А.В.,
10	Open innovation in Russian firms: An empirical investigation of technology commercialisation and acquisition (статья)	печ.	International Journal of Business Innovation and Research, 2011. — Vol. 5, — № 3. — P. 298-317	1,5/0,4 п.л.	Podmetina, D., Vääänen, J., Torkkeli, M.T.
11	The impact of market orientation on the development of relational capabilities and performance outcomes: The case of Russian industrial firms (статья)	печ.	Industrial Marketing Management, 2011. — Vol. 40, — № 1. — P. 44-53	1,5/0,4 п.л.	Peter Naudé, Stephan C. Henneberg, Stefanos Mouzas, Sergei P. Kouchtch
12	Collaborative approaches to new product development: the case of Russia (статья)	печ.	International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management, 2012. — Vol. 15, — № 1/2. — P. 91-107	1,2/0,4 п.л.	Daria Podmetina, Juha Vaatanen, Marko Torkkeli
13	Collaborative Approach within the Open Innovation Framework: Russian Companies (глава в монографии)	печ.	Perspectives on Supplier Innovation: Theories, Concepts and Empirical Insights on Open Innovation and the Integration of Suppliers. Series on Technology Management, Vol 18.. — London: Imperial College Press, 2012. — 712с., 287-310 P.	1,5/0,5 п.л.	Daria Podmetina, Juha Vaatanen, Marko Torkkeli
14	Russian companies' cooperation capabilities: an examination and recommendations for improvement (доклад на конференции)	печ.	The XXXIII International Society for Professional Innovation Management (ISPIM) Conference: Action for Innovation: Innovation from experience,	1,0/0,3 п.л.	Samsonowa T., Zagorskaya D.

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

			Barcelona, June 17-20, 2012. — № 23. — P. 1		
15	Сетевые эффекты многосторонних платформ с позиций совместного брендинга (доклад на конференции)	печ.	Современный менеджмент: проблемы, гипотезы, исследования : сборник научных трудов — г. Москва, — 2013. — Т. 6.	1,0/0,3 п.л.	Муравский Д. В., Яблонский С. А.,
16	What Was Brand Equity Anyway, and How Did They Measure It? (доклад на конференции)	печ.	Looking Forward, Looking Back: Drawing on the Past to Shape the Future of Marketing. Proceedings of the 16th Biennial Marketing Congress — Ruston, LA, USA, — 2013. — P. 947, 326-329	0,6/0,2 п.л.	Muravskii D.V, Alkanova O.N.
17	Портфельный и эволюционный подходы к построению взаимоотношений российских компаний с партнерами (статья)	печ.	РОССИЙСКИЙ ЖУРНАЛ МЕНЕДЖМЕНТА, 2013. — Т. 11, — № 3. — С. 31-52	1,5/0,5 п.л.	Ребязина В. А., Куш С. П.
18	R&D Cooperation with External Partners and Implementing Open Innovation (статья)	печ.	Journal of Innovation Management, 2013. — Vol. 1, — № 2. — P. 103-124	1,5/0,7 п.л.	Podmetina D.
19	Управление брендами в многосторонних платформах: роль совместного брендинга (статья)	печ.	МАРКЕТИНГ И МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, 2013. — № 5. — С. 356-363	1,0/0,3	Яблонский С. А., Муравский Д. В.

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

20	Оценка восприятия брендов потребителем, производителем и инвестором: развитие представления о капитале бренда (статья)	печ.	ВЕСТНИК САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО УНИВЕРСИТЕТА. СЕРИЯ 8: МЕНЕДЖМЕНТ, 2013. — № 3. — С. 22-49	1,5/0,5 п.л.	Муравский Д. В., Алканова О. Н.
21	Brand Equity as a Goal and as a Source of Control: what to measure and when to measure (доклад на конференции)	печ.	Conference Proceedings of the Academy of Marketing 2013 Conference "Marketing Relevance", Cardiff, UK, July 8-11, 2013 — Cardiff, Wales, — 2013. — P. 360, 1-6	1,0/0,3 п.л.	Alkanova O.N., Muravskii D.V.
22	Клиентоориентированность российских компаний: результаты (доклад на конференции)	печ.	XIV Апрельская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества — г. Москва, — 2014.	1,0/0,5 п.л.	В.А. Ребязина
23	Revising Customer Orientation Concept in Emerging Markets Findings from the Russian Market (доклад на конференции)	печ.	Listening to consumers of emerging markets. Proceedings of the 2014 Annual Conference of the Emerging Markets Conference Board January 9–11, 2014 — New Delhi, — 2014. — P. 791-796	1,0/0,3 п.л.	Rebiazina V., Rozhkov A.
24	Маркетинг на развивающихся рынках: подходы к определению и направления исследований (статья)	печ.	РОССИЙСКИЙ ЖУРНАЛ МЕНЕДЖМЕНТА, 2014. — Т. 12, — № 1. — С. 95-108	1,0/0,5 п.л.	Алканова О.Н.,

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

25	Transforming Industry Landscape in Response to the Transition of the Economy – The Case of the Russian Bakery Industry (статья)	печ.	TRŽIŠTE / MARKET, 2014. — Vol. 26, — № 1. — P. 23-44	1,5/0,7	Rebiazina V., Moreva I.
26	Ориентация компании на клиента: результаты эмпирической проверки на примере российского рынка (статья)	печ.	РОССИЙСКИЙ ЖУРНАЛ МЕНЕДЖМЕНТА, 2014. — Т. 12, — № 3. — С. 33-58	1,5/0,5 п.л.	Рожков А.Г., Ребязина В.А.
27	Strategic Orientations as a Driver of Innovations in Russian Firms.	печ.	Working Paper. Graduate School of Management, St. Petersburg State University: SPb, 2014, № 7 (E)–2014, 37 p.	1,5/0,7 п.л.	Rebiazina V.
28	Uncovering Driving Forces for Better Product Innovation: Have Russian Firms Learned to Balance the Focus on Internal and External Partners? (глава в монографии)	печ.	Adoption of Innovation: Balancing Internal and External Stakeholders in the Marketing of Innovation, eds. Alexander Brem & Eric Viardot, Springer, 2015, p. 197-221.	1,5/0,5 п.л.	Podmetina D., Volchek D., Rebiazina V.
29	Cooperation at different stages of innovation process: The effect on company's performance	печ.	Working Paper. Graduate School of Management, St. Petersburg State University: SPb, 2015, № 4 (E)–2015, 25 p.	1,0/0,3 п.л.	Khomich, S., Rebiazina V.

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

№ п/п	Наименование трудов	Рукопись или печатные	Название издательства, журнала (номер, год) или номер авторского свидетельства	Количество печатных листов или страниц	Фамилия соавторов работ
1	2	3	4	5	6
1.	Understanding the role of marketing–purchasing	печ.	Industrial Marketing Management, 2011. —	1,5/0,5 п.л.	Stephan C. Henneberg,

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

	collaboration in industrial markets: The case of Russia (статья)		Vol. 40, — № 1. — P. 54-64		Bahar Ashnai, Peter Naudé, Stefanos Mouzas
2.	The impact of market orientation on the development of relational capabilities and performance outcomes: The case of Russian industrial firms (статья)	печ.	Industrial Marketing Management, 2011. — Vol. 40, — № 1. — P. 44-53	1,5/0,4 п.л.	Peter Naudé, Stephan C. Henneberg, Stefanos Mouzas, Sergei P. Kouchtch
3.	Ориентация компании на клиента: результаты эмпирической проверки на примере российского рынка (статья)	печ.	РОССИЙСКИЙ ЖУРНАЛ МЕНЕДЖМЕНТА, 2014. — Т. 12, — № 3. — С. 33-58	1,5/0,5 п.л.	Рожков А.Г., Ребязина В.А.
4.	Маркетинг на развивающихся рынках: подходы к определению и направления исследований (статья)	печ.	РОССИЙСКИЙ ЖУРНАЛ МЕНЕДЖМЕНТА, 2014. — Т. 12, — № 1. — С. 95-108	1,0/0,5 п.л.	Алканова О.Н.,

8. Количество публикаций в базах данных:
РИНЦ: 24, Индекс Хирша 6
Web of Science Core Collection 3, Индекс Хирша 3
Scopus 10, Индекс Хирша 5

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):

1. Методология формирования управленческих технологий развития клиентоориентированности российских предприятий (2011) НИР СПбГУ (1. Проведение

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

- фундаментальных исследований по приоритетным направлениям Программы развития СПбГУ), шифр проекта: 16.37.159.2011, статус: исследователь.
2. Влияние ориентации на клиента на инновационную деятельность российских компаний (2011) НИР СПбГУ (7. Внебюджет), шифр проекта 16.23.1222.2011, статус: руководитель проекта.
3. Участие в 4-й Ежегодной научной конференции «Современный менеджмент: проблемы, гипотезы, исследования» (2011) НИР СПбГУ (5. Поддержка участия сотрудников, студентов и аспирантов СПбГУ в международных и всероссийских конференциях с докладами по результатам выполнения фундаментальных НИР), шифр проекта: 16.41.1493.2011, статус: руководитель проекта.
4. Участие в Ежегодной конференции Европейской маркетинговой академии (ЕМАС) (2012) НИР СПбГУ (5п. Поддержка участия сотрудников, студентов и аспирантов СПбГУ в международных и всероссийских конференциях с докладами по результатам выполнения фундаментальных НИР), шифр: 16.46.670.2012, статус: руководитель проекта.
5. Управление брендами на развивающихся рынках: формирование конкурентных преимуществ, защита торговых знаков, стратегии брендинга (2012) НИР СПбГУ (7. Внебюджет), шифр проекта: 16.23.978.2012, статус: исполнитель.
6. Участие в ежегодной конференции Европейской маркетинговой академии ЕМАС 2013 (2013) НИР СПбГУ (5. Поддержка участия сотрудников, студентов и аспирантов СПбГУ в международных и всероссийских конференциях с докладами по результатам выполнения фундаментальных НИР), шифр: 16.41.223.2013, статус: руководитель проекта.
7. Исследовательская стажировка на базе Школы бизнеса Университета Аалто (Финляндия) для проведения НИР на тему "Управление отношениями в рамках построения клиентоориентированной стратегии: роль ожиданий сторон в рамках взаимодействия между российскими и финскими предприятиями" (2013) НИР СПбГУ (6. Поддержка экспедиций и поездок в российские и зарубежные организации для проведения фундаментальных НИР), шифр проекта: 16.42.227.2013, статус: руководитель проекта.
8. Участие Смирновой М.М. в ежегодной конференции ISPIM 2013 (2013) НИР СПбГУ (5. Поддержка участия сотрудников, студентов и аспирантов СПбГУ в международных и всероссийских конференциях с докладами по результатам выполнения фундаментальных НИР), шифр проекта: 16.41.937.2013, статус: руководитель проекта.
9. Маркетинговые стратегии как фактор повышения результативности инновационной деятельности российских компаний (2013) НИР СПбГУ (Гранты постдоков), шифр проекта: 16.50.2100.2013, статус: руководитель проекта.
10. Участие Смирновой М.М. в ежегодной конференции ISPIM 2014 (2014) НИР СПбГУ (5. Поддержка участия сотрудников, студентов и аспирантов СПбГУ в международных и всероссийских конференциях с докладами по результатам выполнения фундаментальных НИР), шифр проекта: 16.41.767.2014, статус: руководитель проекта.
11. Методологические основы межфирменного взаимодействия в ходе создания и коммерциализации инноваций (2014) НИР СПбГУ (7. Внебюджет), шифр проекта: 16.23.1694.2014, статус: руководитель проекта.
12. Международный научно-исследовательский аспирантский семинар, организуемый совместно с Лаппеенрантским технологическим университетом (2012) Международный грант, шифр проекта в ИАС СПбГУ: 16.20.1630.2014, статус: исполнитель.
13. Организация международной научной конференции «Развивающиеся рынки-2015: перспективы развития бизнеса и государства» (2014) НИР СПбГУ (8. Финансирование научных мероприятий), шифр проекта: 16.44.494.2015, статус: исполнитель.

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

11. Сведения об экспертной деятельности (членство в диссертационных советах, Экспертном совете ВАК, научно-технических советах РАН, иных советах): Член комиссии по совершенствованию системы аттестации научных кадров Ассоциация ведущих вузов в области экономики и менеджмента.

12. Сведения о членстве в редколлегиях научных журналов, оргкомитетах научных конференций: Член редколлегии Российского журнала менеджмента, член редколлегии международного журнала Journal of Innovation Management: The International Journal on Multidisciplinary Approaches to Innovation; член организационного комитета международной научной конференции «Развивающиеся рынки-2015: перспективы развития бизнеса и государства», член организационного комитета ежегодной международной научной региональной конференции Европейской маркетинговой академии ЕМАС.

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)_____