

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

ФИО (полностью) Старов Сергей Александрович

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) Санкт-Петербургский государственный университет, Кафедра маркетинга, доцент

2. Ученая степень (с указанием научной специальности) доктор экономических наук,
специальность 08.00. 05 - Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)

3. Ученое звание доцент

4. Стаж научно-педагогической работы 28 лет

5. Общее количество опубликованных работ 85

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
I. Научные работы					
1.	Оценка эффективности брендинга в современной теории маркетинга <i>(Статья)</i>	Печатная	Бренд-менеджмент. — 2010. — №4 - №5.	$\frac{2,4}{1,0}$	Алканова О.Н.
2.	Проблемы исследования факторов, влияющих на восприятие российскими потребителями собственных торговых марок — имитаторов розничных сетей <i>(Статья)</i>	Печатная	Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент. – 2011. - Выпуск 3.	$\frac{1,7}{0,6}$	Богомолова Л.Н., Сумбаева А.А.
3.	Многоаспектный анализ понятия «бренд» <i>(Глава сборника статей)</i>	Печатная	Актуальные проблемы экономики и менеджмента: теория, инновации и современная практика / под ред. Э. А. Кузнецова. – Харьков : Бурун Книга, 2011.	1,8	
4.	Оценка эффективности брендинга на рынке услуг	Печатная	Вестник Санкт-Петербургского	$\frac{1,7}{0,6}$	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

	на основе модели точек контакта с брендом (на примере авиакомпании «Сибирь») (Статья)		университета. Серия 8. Менеджмент. – 2011. - Выпуск 1.		Морева И.Н.
5.	Становление и развитие собственных торговых марок розничных сетей на рынке FMCG (Статья)	Печатная	Бренд-менеджмент. – 2012. – №6.	$\frac{0,8}{0,4}$	Кирюков С.И.
6.	Бренд, товарный знак и коммерческий символ как объекты управления компании (Статья)	Печатная	Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент. – 2012. - Выпуск 2.	$\frac{1,5}{0,5}$	Алканова О.Н., Молчанов Н.Н
7.	Формирование сбалансированного портфеля собственных торговых марок розничной сети «Лента» (Статья)	Печатная	Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент. – 2012. - Выпуск 1	$\frac{1,5}{0,4}$	Черенков В.И., Габисов А.А., Шостка А.Д.
8.	International institutional case writing: the case of St. Petersburg University (Статья)	Печатная	International Journal of Case Method Research & Application (IJCRA) - March, 2012.– Volume XXIV, Issue No. 1.– P. 15-22	$\frac{0,77}{0,3}$	Gladkikh I.V., Rasha E.E., Coyle W.H.
9.	Asahi Beer Enters the Russian Market (Профессиональное интервью)		ECCH, Recent features, 13 March 2012.– http://www.ecch.com/educators/ordering/selecting/features/cases/Asahi	$\frac{0,2}{0,1}$	Gladkikh I.V
10.	Управление собственными торговыми марками розничных сетей (Монография)	Печатная	Высшая школа менеджмента, СПбГУ. – СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2013.	30,5	
11.	Корпоративный брендинг как концепция маркетинга (Статья)	Печатная	Вестник СПбГУ. Серия 8. Менеджмент. - 2013. - Вып. 4.	$\frac{1,4}{0,7}$	Ландграф П.А
12.	Формирование затрат на брендинг собственных торговых марок розничных сетей (Статья)	Печатная	Вестник Санкт-Петербург. ун-та. Серия Менеджмент. 2014.- Вып. 2.	$\frac{2,0}{0,6}$	Загорский А.Л., Гладких И.В.
13.	Смешарики: диффузия низкотехнологичных инноваций в пространстве-времени (Статья)	Печатная	Менеджмент инноваций. 2014.– №2.	$\frac{1,47}{0,4}$	Черенков В.И., Гладких И.В
14.	Разработка мероприятий по оздоровлению бренда на основе модели потребительского капитала бренда К. Келлера	Печатная	Маркетинговые компетенции и эффективность бизнеса. Международный научный симпозиум. 13-15 мая 2014 года: сборник докладов /	$\frac{0,6}{0,3}$	Ландграф П.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

	(Статья)		Под науч.ред. Г.Л.Багиева, В.Фрица. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2014		
15.	Стадии развития собственных торговых марок розничных сетей (Статья)	Печатная	Бренд-менеджмент. – 2015. – №1 - №2	$\frac{1,4}{0,7}$	Загорский А.Л
II. Учебно-методические работы					
16.	Russian Men's Footwear Brand Ralf Ringer: Testing National Brand's Competitive Power (Case)	Регистрация	The European Case Clearing House (ECCH).– 2010.– # 510-059-1.	$\frac{1}{0,5}$	Gladkikh I.V.
17.	Russian Men's Footwear Brand Ralf Ringer: Testing National Brand's Competitive Power (Teaching Note)	Регистрация	The European Case Clearing House (ECCH).– 2010.– # 510-059-8.	$\frac{0,9}{0,45}$	Gladkikh I.V.
18.	Пиво Asahi выходит на рынок России (Учебный кейс)	Печатная	Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия : Менеджмент.– 2010.– Вып. 3. – С. 146-181	$\frac{1,43}{0,5}$	Гладких И.В., Матсуно К.
19.	Asahi Beer Enters the Russian Market (Case)	Регистрация	The European Case Clearing House (ECCH).– 2010. – # 088-C10.	$\frac{1,38}{0,5}$	Gladkikh I.V., Matsuno K.
20.	Asahi Beer Enters the Russian Market (Teaching Note)	Регистрация	The European Case Clearing House (ECCH).– 2010. – # 088-T10.	$\frac{0,5}{0,15}$	Gladkikh I.V., Matsuno K.
21.	Look out Mickey Mouse, The Russian Smeshariki are going to the market (Case)	Печатная	The CASE Journal.– Volume 7, Issue 2.– 2011 - P. 12-34	$\frac{1,48}{0,4}$	Gladkikh I.V., Desmarais E., Meirovich G.
22.	The Spirit of Russia (Case)	Печатная	CASIUM: Building Your Case (Newsletter). 10 March 2011.– http://www.casium.fr/component/kashyap/bc_detail/155	$\frac{0,5}{0,25}$	Gladkikh I.V.
23.	Valio: Will Viola Processed Cheese maintain a leading Position in the Russian Market? (Case)	Регистрация	The European Case Clearing House (ECCH)..– 2011.– 511-098-1.	$\frac{1,7}{0,8}$	Gladkikh I.V.
24.	Valio: Will Viola Processed Cheese maintain a leading Position in the Russian Market? (Teaching Note)	Регистрация	The European Case Clearing House (ECCH). - 2011. - 511-098-8. - pp. 9.	$\frac{0,49}{0,24}$	Gladkikh I.V.
25.	«Белочка: я пришла!»: парадоксы бренда (Учебный кейс)	Печатная	Вестник Санкт-Петерб. ун-та. Серия Менеджмент. 2012. Вып. 3. – С. 128–140.	$\frac{0,72}{0,18}$	Глазунов О.Р., Домнин В.Н., Гладких И.В.
26.	«Белочка: я пришла!»:	Печатная	Новости маркетинга. 2013.	$\frac{0,84}{0,18}$	Глазунов

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

	парадоксы бренда (Учебный кейс)		№ 2. – С. 39–48.	0,21	О.Р., Домнин В.Н., Гладких И.В.
27.	“Squirrel: Here I Come!”: Paradoxes of the Brand (Case)	Регистрация	The European Case Clearing House (ECCH). - 2012. - 512-122-1	$\frac{0,72}{0,18}$	Glazunov O.R., Domnin V.N., Gladkikh I.V.
28.	“Squirrel: Here I Come!”: Paradoxes of the Brand (Teaching Note)	Регистрация	The European Case Clearing House (ECCH). - 2012. - 512-122-8	$\frac{1}{0,3}$	Glazunov O.R., Domnin V.N., Gladkikh I.V.
29.	Bistroff’s Dilemma: Fast or Healthy Food? (Case)	Регистрация	The Case Centre. — 2013. — 513-110-1. — P. 24.	$\frac{1,55}{0,75}$	Gladkikh I.V.
30.	Bistroff’s Dilemma: Fast or Healthy Food? (Teaching Note)	Регистрация	The Case Centre. — 2013. — 513-110-8. — P. 6.	$\frac{0,42}{0,21}$	Gladkikh I.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.	Управление брендами (учебник)	Печатная	Высшая школа менеджмента, СПбГУ. — СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2013.	23,4	
2.	Бренд: понятие, сущность, эволюция (Статья)	Печатная	Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент. – 2009. - Выпуск 2.	1,9	
3.	Позиционирование бренда как ключевой этап брендинга (Статья)	Печатная	Бренд-менеджмент. - 2009.- №4.	1,3	
4.	Развитие понятия «бренд»: методологические аспекты (Статья)	Печатная	Бренд-менеджмент. - 2008.- №5-№6.	2,4	
5.	Лояльность бренду: классификация, методы оценки и программы формирования марочной приверженности (Статья)	Печатная	Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент. – 2007. - Выпуск 2.	1,3	

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

8. Количество публикаций в базах данных:

РИНЦ: 30 публикаций, Индекс Хирша: 4

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

Количество аспирантов\докторантов	Тема диссертационного исследования	Научная специальность	Дата защиты
Кандидатские диссертации			
1	Рынок маркетинговых исследований : становление, развитие, современные тенденции	Специальность 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством	25.03..2002
2	Формирование интегральной модели результативности брендинга товаров и услуг	Специальность 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством	31.05.2012
Докторские диссертации			

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

Руководитель проекта «Разработка методологии интегральной оценки эффективности брендинга» (сроки реализации проекта: 01.01.2011- 29.12.2011); Руководитель проекта «Управление брендами на развивающихся рынках: формирование конкурентных преимуществ, защита торговых знаков, стратегии брендинга» (сроки реализации проекта :10.05.2012-29.12.2013).

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

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

13. Сведения о почетных и академических званиях, международных, государственных, академических и иных премиях, победах в международных и всероссийских конкурсах: Почетный работник высшего профессионального образования РФ (2009 г.), Дипломы комитета экономического развития, промышленной политики и торговли С.-Петербурга «За большой вклад в реализацию Программы подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства РФ» (за 2006 и 2015 годы); Лауреат премии СПбГУ "За педагогическое мастерство"(2009); Сертификат Всемирной организации кейс-райтеров (WACRA) за популяризацию использование кейс-метода в учебном процессе» (2015 г.); Диплом номинанта Ежегодного национального конкурса «Книга года» в номинации «Учебник XXI века» за учебник «Управление брендами» (2009 г.)

14. Иные сведения о научно-педагогической/ творческо-исполнительской деятельности (по усмотрению претендента): научный редактор перевода книги Д.Аакера «Создание сильных брендов»

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

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