

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

1. ФИО (полностью): Старов Сергей Александрович
2. Замещаемая должность, доля ставки: профессор, 0, 5 ставки
3. Кафедра (подразделение): маркетинга СПбГУ
4. Дата объявления конкурса: 04.02.2016
5. Место работы в настоящее время (организация, должность): СПбГУ, Институт «Высшая школа менеджмента», кафедра маркетинга, доцент
6. Ученая степень (с указанием научной специальности): доктор экономических наук, 08.00. 05 «Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)»
7. Ученое звание: доцент
8. Стаж научно-педагогической работы: 29 лет
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
<b>I. Научные работы</b>					
1.	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.	<u>1,7</u> 0,6	Богомолова Л.Н., Сумбаева А.А.
2.	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	
3.	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. - Выпуск 1.	<u>1,7</u> 0,6	Алканова О.Н., Морева И.Н.
4.	Становление и развитие собственных торговых марок розничных сетей на рынке FMCG	Печатная	Бренд-менеджмент. – 2012. — №6.	<u>0,8</u> 0,4	Кiryukov С.И.

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

	<i>(Статья)</i>				
5.	Бренд, товарный знак и коммерческий символ как объекты управления компании <i>(Статья)</i>	Печатная	Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент. – 2012. - Выпуск 2.	$\frac{1,5}{0,5}$	Алканова О.Н., Молчанов Н.Н
6.	Формирование сбалансированного портфеля собственных торговых марок розничной сети «Лента» <i>(Статья)</i>	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.
7.	International institutional case writing: the case of St. Petersburg University <i>(Статья)</i>	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.
8.	Asahi Beer Enters the Russian Market <i>(Профессиональное интервью)</i>		ECCH, Recent features, 13 March 2012.– <a href="http://www.ecch.com/educators/ordering/selecting/features/cases/Asahi">http://www.ecch.com/educators/ordering/selecting/features/cases/Asahi</a>	$\frac{0,2}{0,1}$	Gladkikh I.V
9.	Управление собственными торговыми марками розничных сетей <i>(Монография)</i>	Печатная	Высшая школа менеджмента, СПбГУ. — СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2013.	30,5	
10.	Корпоративный брендинг как концепция маркетинга <i>(Статья)</i>	Печатная	Вестник СПбГУ. Серия 8. Менеджмент. - 2013. - Вып. 4.	$\frac{1,4}{0,7}$	Ландграф П.А
11.	Формирование затрат на брендинг собственных торговых марок розничных сетей <i>(Статья)</i>	Печатная	Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия Менеджмент. 2014.- Вып. 2.	$\frac{2,0}{0,6}$	Загорский А.Л., Гладких И.В.
12.	Смешарики: диффузия низкотехнологических инноваций в пространстве-времени <i>(Статья)</i>	Печатная	Менеджмент инноваций. 2014.– №2.	$\frac{1,47}{0,4}$	Черенков В.И., Гладких И.В
13.	Разработка мероприятий по оздоровлению бренда на основе модели потребительского капитала бренда К. Келлера <i>(Статья)</i>	Печатная	Маркетинговые компетенции и эффективность бизнеса. Международный научный симпозиум. 13-15 мая 2014 года: сборник докладов / Под науч.ред. Г.Л.Багиева, В.Фрица. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2014	$\frac{0,6}{0,3}$	Ландграф П.А
14.	Стадии развития собственных торговых марок розничных сетей <i>(Статья)</i>	Печатная	Бренд-менеджмент. — 2015. — №1 - №2	$\frac{1,4}{0,7}$	Загорский А.Л
15.	Имитация как стратегия брендинга	Печатная	Бренд-менеджмент. — 2015. — №3	$\frac{1,5}{0,5}$	Загорский А.Л.,

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

	(Статья)				Кiryukov С.И.
16.	Бренд работодателя как инструмент привлечения молодых специалистов в сектор ИТ (Статья)	Печатная	Менеджмент сегодня. — 2015. — №3	$\frac{1,2}{0,4}$	Замулин А.Л., Кучеров Д.Г.
17.	The use of cases in Russia's business education: Exploratory research" (Статья)	Печатная	The International Journal of The World Association for Case Method Research & Application (IJCRA).- Issue 2, 2015	$\frac{0,6}{0,2}$	Zamulin A.L., Gladkikh I.V.
18.	Управление воспринимаемым риском покупки товаров под собственными торговыми марками розничных сетей	Печатная	Бренд-менеджмент. — 2015. — №1 - №2	$\frac{1,5}{0,5}$	Кiryukov С.И., Гладких И.В.
<b>II. Учебно-методические работы</b>					
19.	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.
20.	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.
21.	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.
22.	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.
23.	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.
24.	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.
25.	The Spirit of Russia (Case)	Печатная	CASIUM: Building Your Case (Newsletter). 10 March 2011.– <a href="http://www.casium.fr/component/kashyap/bc_detail/155">http://www.casium.fr/component/kashyap/bc_detail/155</a>	$\frac{0,5}{0,25}$	Gladkikh I.V.
26.	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.

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

27.	Valio: Will Viola Processed Cheese maintain a leading Position in the Russian Market? <i>(Teaching Note)</i>	Регистрация	The European Case Clearing House (ECCH). - 2011. - 511-098-8.	$\frac{0,49}{0,24}$	Gladkikh I.V.
28.	«Белочка: я пришла!»: парадоксы бренда <i>(Учебный кейс)</i>	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.
29.	«Белочка: я пришла!»: парадоксы бренда <i>(Учебный кейс)</i>	Печатная	Новости маркетинга. - 2013. -№ 2. – С. 39–48.	$\frac{0,84}{0,21}$	Глазунов О.Р., Домнин В.Н., Гладких И.В.
30.	“Squirrel: Here I Come!”: Paradoxes of the Brand <i>(Case)</i>	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.
31.	“Squirrel: Here I Come!”: Paradoxes of the Brand <i>(Teaching Note)</i>	Регистрация	The European Case Clearing House (ECCH). - 2012. - 512-122-8.	$\frac{1}{0,3}$	Glazunov O.R., Domnin V.N., Gladkikh I.V.
32.	Bistroff’s Dilemma: Fast or Healthy Food? <i>(Case)</i>	Регистрация	The Case Centre. — 2013. — 513-110-1.	$\frac{1,55}{0,75}$	Gladkikh I.V.
33.	Bistroff’s Dilemma: Fast or Healthy Food? <i>(Teaching Note)</i>	Регистрация	The Case Centre. — 2013. — 513-110-8.	$\frac{0,42}{0,21}$	Gladkikh I.V.
34.	Squirrel: Here I Come!”: Paradoxes of the Brand <i>(Teaching Note)</i>	Регистрация	The Case Centre. — 2015. — 512-122-8.	$\frac{2,4}{0,6}$	Glazunov O.R., Domnin V.N., Gladkikh I.V.

10. Количество публикаций и индекс Хирша в базах данных:

РИНЦ - 40, в т.ч. за последние 3 года - 11. Индекс Хирша - 5,

Web of Science Core Collection - 1, в т.ч. за последние 3 года - 1. 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\_\_

---

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

- 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			1
Руководитель /ответственный исполнитель			Руководитель проекта
Год заключения			2012 г.
Срок			10.05.2012- 29.12.2013
Название			«Управление брендами на развивающихся рынках: формирование конкурентных преимуществ, защита торговых знаков, стратегии брендинга»
Объем финансирования			1 млн.руб.

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

- число ВКР бакалавров/специалистов - 12
- число диссертаций магистерских - 10/ кандидатских - 1/докторских - 0
- число выпускников аспирантуры – 1

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

- число разработанных и реализованных учебных курсов - 4
- наименование разработанных и реализованных учебных курсов:

«Маркетинг» (бакалавриат), «Управление брендами» (бакалавриат), «Брендинг на потребительском рынке» (EMBA), «Маркетинг услуг» (Президентская программа переподготовки «Менеджмент в здравоохранении»)

- число учебников, учебных пособий, прошедших редакционно-издательскую обработку: В международном центре учебных кейсов The Case Centre (до 01.07.2013 - European Case Clearing House) зарегистрировано 6 учебных кейсов и 6 методических рекомендаций для преподавателей по работе с зарегистрированными кейсами (teaching notes).

15. Знание иностранных языков с указанием уровня владения

---

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

Английский – свободно.

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:

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.)

19. Иная информация, представленная по инициативе претендента:

член международных профессиональных ассоциаций: WACRA (World Association for Case Method Research and Application) и ЕМАС (European Marketing Association)