

**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
I. Научные работы					
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.– http://www.ecch.com/educators/ordering/selecting/features/cases/Asahi	$\frac{0,2}{0,1}$	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)				Кирюков 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	$\frac{1,5}{0,5}$	Кирюков С.И., Гладких И.В.
II. Учебно-методические работы					
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.– http://www.casium.fr/component/kashyap/bc_detail/155	$\frac{0,5}{0,25}$	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)