

федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»

Справка

о руководителе научного содержания основной образовательной программы высшего образования – программы магистратуры (38.04.02, *Менеджмент – Стратегический маркетинг, очная форма обучения, 2018 год набора*), заявленной на государственную аккредитацию

№ п\п	Ф.И.О. научного руководителя	Условия привлечения (основное место работы: штатный, внутренний совместитель, внешний совместитель; по договору ГПХ)	Ученая степень, ученое звание	Тематика самостоятельно й научно-исследовательской (творческой) деятельности (участие в осуществлении такой деятельности) по направлению подготовки, а также наименование и реквизиты документа, подтверждающие ее закрепление	Публикации в ведущих отечественных рецензируемых научных журналах и изданиях	Публикации в зарубежных рецензируемых научных журналах и изданиях	Апробация результатов научно-исследовательской (творческой) деятельности на национальных и международных конференциях, с указанием темы статьи (темы доклада)
1	Романова Ирина Матвеевна	штатный	д-р экон. наук, профессор	Поведение потребителей на рынках товаров и услуг стран Азиатско-тихоокеанского региона. Выписка из решения	1. Бачерикова М.Л., Романова И.М. Имидж территории и факторы его формирования // Экономика и предпринимательство. 2016. № 11-4 (76). С. 1105-1111. https://elibrary.ru/item.asp?id=27638040	1. Noskova E., Romanova I. Research methodology for brand perception by customers of retail pharmacy network/ Actual Problems of Economics. Volume 176, Issue 2, 1 January 2016. P. 136-146. https://www.scopus.com/aut	Национальные: 1. Романова И.М. Измерение влияния кросс-культурных особенностей на поведение российских и китайских студентов на рынке услуг высшего образования // Современные тенденции политического,

				<p>Ученого совета ШЭМ от 19.05.2016</p>	<p>2. Троценко А.Н., Романова И.М. Сравнительный анализ методов оценки влияния социальной инфраструктуры на конкурентоспособность университетов // Экономика и предпринимательство. 2016. № 3-1 (68). С. 563-569. https://elibrary.ru/item.asp?id=25872181</p> <p>3. Носкова Е.В., Романова И.М. Перспективные направления встраивания экономики субъектов ДВФО в отраслевые рынки АТР // Экономика и предпринимательство. 2016. № 4-2 (69). С. 828-834. https://elibrary.ru/item.asp?id=26137533</p> <p>4. Носкова Е.В., Романова И.М. Сравнительные преимущества экономики Дальнего Востока с позиции интеграционного</p>	<p>hid/detail.uri?authorId=56184541700</p> <p>2. Romanova I., Noskova E. Trotsenko A. Evaluation of the cross-cultural traits influence on the behavior of Russian and chinese students on the higher education products market/ International Journal of Environmental and Science Education. Vol. 11, Issue 14. 2016. P. 6635-6650. https://www.scopus.com/authorId=56184541700</p> <p>3. Romanova I.M., Noskova E.V. Consumers' behavior in the travel services markets of Asia-Pacific region /International Review of Management and Marketing. Vol. 6, Issue 5. 2016. P. 84-90. https://www.scopus.com/authorId=56184541700</p> <p>4. Noskova E., Romanova I. Assessment of consumer values formed by retail enterprises of food specialization // Actual problem of Economics. Vol.</p>	<p>экономического развития и проблемы управления в странах АТР: материалы III евразийской науч.-практ. конф. с междунар. участием, г. Владивосток, 17-18 нояб. 2016: в 2 кн. Кн. 1. Владивосток С. 353-357.</p> <p>2. Романова И.М. Поведение российских и китайских потребителей на рынках товаров и услуг стран АТР: кросс-культурный аспект // Экономика и управление: современные вызовы и перспективы развития: сб. аннотаций Науч. конф. (г. Владивосток, 14-15 декабря 2017 г.) / Дальневост. федерал. ун-т, Школа экономики и менеджмента. – Владивосток: Изд-во Дальневост. федерал. ун-т, 2017.</p> <p>3. Романова И.М. Оценка лояльности потребителей предприятиям розничной торговли // // Актуальные проблемы экономики и управления: сб. аннотаций Науч. конф. (г. Владивосток, 4-5 декабря</p>
--	--	--	--	---	---	---	---

				<p>встраивания в отраслевые рынки ATP // European Social Science Journal. 2016. № 5. С. 109-121. https://elibrary.ru/item.asp?id=27446823</p> <p>5. Ефремова П.В., Романова И.М. Особенности организации инновационной деятельности в вузах РФ // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. 2016. № 3 (79). С. 61-75. https://elibrary.ru/item.asp?id=27277963</p> <p>6. Романов М.Т., Романова И.М. Геополитический «разворот» России на Восток и развитие собственных восточных территории // Проблемы Дальнего Востока. 2017. № 2. С. 57-68. https://elibrary.ru/item.asp?id=28916614</p> <p>7. Романова И.М.,</p>	<p>6, Issue 10. 2016. P. 173-184.</p> <p>5. Noskova E., Romanova I., Nikulina T. Assessing Consumer Perception of the Value of Retail Chain Brands // International Journal of Economic Research. 2017, 14(15). P. 449-459 https://www.scopus.com/authorId/detail.uri?authorId=56184541700</p> <p>6. Romanova, I.M., Noskova, E.V., Mayzner, N.A., Moiseenko, I.V. Espacios. Volume 39, Issue 41. 2018. 11p https://www.scopus.com/authorId/detail.uri?authorId=56184541700</p>	<p>2018 г.) / Дальневост. федерал. ун-т, Школа экономики и менеджмента. – Владивосток: Изд-во Дальневост. федерал. ун-т, 2018.</p> <p>4. Романова И.М., Носкова Е.В. Влияние теории поколений на поведение потребителей // Актуальные вопросы фундаментальных прикладных исследований [Электронный ресурс]: Всероссийская научная конференция, 26 марта 2019 г.: сборник материалов. – Владивосток: Дальневост. федерал. ун-т, 2019.</p> <p>Международные: 1. Романова И.М., Носкова Е.В. Влияние кросс-культурных особенностей на поведение российских и китайских потребителей в сфере розничной торговли // International Conference «GSOM Emerging Markets Conference 2016». St. Petersburg University Graduate School of Management. October 6-8, 2016. P. 527-530.</p>
--	--	--	--	---	---	---

				<p>Троценко А.Н. Оценка показателей социальной инфраструктуры университета // Практический маркетинг, 2017. №12. С.35-48 https://elibrary.ru/item.asp?id=30646514</p> <p>8. Бачерикова М.Л., Романова И.М. Имидж территории: понятийно-терминологическая систематизация // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. 2017. № 1-3 (49). С. 369-384 https://elibrary.ru/item.asp?id=29116455</p> <p>9. Носкова Е.В., Романова И.М. Методика оценки потребительских ценностей, формируемых предприятиями розничной торговли // Практический маркетинг. 2017. № 2 (240). С. 7-13. https://elibrary.ru/item.asp?id=28284239</p>	<p>2. Bahl A., Romanova I., Noskova E. The cross-cultural consumer behavior in retail sector: empirical evidence from Russian and Chinese consumers // WDSI 46th Annual Meetings 2017, April 4-8, 2017. Vancouver, BC, Canada (paper ID: 153)</p> <p>3. Чэнь Дзяци, Гилева Г.С., Романова И.М. Оценка влияния кросс-культурных особенностей на поведение потребителей на рынке услуг высшего образования // Трансграничные рынки товаров и услуг: проблемы исследования [Электронный ресурс]: II международная научно-практическая конференция, 1–2 ноября 2017 г.: сборник материалов. – Владивосток: Дальневост. федерал. ун-т, 2017. – С. 385-390</p> <p>4. Ван Фулян, Разуменко В.А., Романова И.М. Влияние кросс-культурных особенностей на поведение потребителей на рынке услуг общественного питания формата «фаст-фуд» //</p>
--	--	--	--	---	--

				<p>10. Напалкова А.А., Романова И.М., Носкова Е.В. Влияние этического поведения и моральной идентичности потребителей на восприятие брендов // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. 2018. № 4(88).</p> <p>11. Бачерикова М.Л., Романова И.М. Факторы формирования имиджа Приморского края // Практический маркетинг. 2018. № 3 (253). С. 29-40 https://elibrary.ru/item.asp?id=32585213</p>	<p>Трансграничные рынки товаров и услуг: проблемы исследования [Электронный ресурс]: II международная научно-практическая конференция, 1–2 ноября 2017 г.: сборник материалов. – Владивосток: Дальневост. федерал. ун-т, 2017. – С. 304-307</p> <p>5. И Вэньтин, Коробко М.С., Романова И.М. Влияние кросс-культурных особенностей на поведение потребителей на рынке туристских услуг // Трансграничные рынки товаров и услуг: проблемы исследования [Электронный ресурс]: II международная научно-практическая конференция, 1–2 ноября 2017 г.: сборник материалов. – Владивосток: Дальневост. федерал. ун-т, 2017. – С. 312-316</p> <p>6. Napalkova A, Romanova I., Noskova E. The influence of consumer ethical behavior and moral identity on the attitude towards the brands // Conference Proceedings GSOM EMC 2018 («GSOM</p>
--	--	--	--	---	---

							<p>Emerging Markets Conference-2018»). – 2018. – P. 356-358. - Access: https://gsom.spbu.ru/files/emc/GSOM%20EMC%20proceedings%202018%20final.pdf</p> <p>7. Романова И.М. Восприятия брендов предприятий розничной торговли потребителями // Вопросы развития экономики и общества (Issues of Economy and Society Development): сб. аннотаций Международ. научной конф. (г. Владивосток, 17-18 декабря 2018 г.) / Дальневост. федерал. ун-т, Школа экономики и менеджмента. – Владивосток: Изд-во Дальневост. федерал. ун-т, 2018.</p>
--	--	--	--	--	--	--	---

Директор Школы экономики и менеджмента

Гаффорова Елена Борисовна

дата составления 27.05.2019