

Публикации за 2023 - 2024 уч. год

1. Волкова Д.Г. мРБЗ1 Современные тенденции и инновации в упаковке и дизайне продукции // ЭКОНОМИКА, ФИНАНСЫ И УПРАВЛЕНИЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ: сборник статей VIII Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2024. – С. 35 – 37. URL: <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2024/07/МК-2085.pdf>
2. Вязовская А. О. мРБЗ1 ФАНДРАЙЗИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ // Молодой учёный: сборник статей VIII Международной научно-практической конференции, Пенза, 05 июля 2024 года. – Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2024. – 212 с. Электронный адрес публикации: <https://elibrary.ru/item.asp?id=67958878>
3. Дорофеева, Е. Д. мРБЗ1 Условия и особенности продвижения организаций / Е. Д. Дорофеева. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2024. – No 21 (520). – С. 352-353. – URL: <https://moluch.ru/archive/520/114721/>
4. Анисимова С.В. Проблемы формирования визуальной стратегии в интернет- коммуникации // Научные записки НГУЭУ. 2024. No1. URL <https://nsuem.ru/upload/uf/5111/%D0%9D%D0%B0%D1%83%D1%87%D0%BD%D1%8B%D0%B5%20%D0%B7%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BA%D0%B8%20%E2%84%961%202024.pdf>
5. Филькина А.Д. мБО31в Агенты влияния и их использование в рекламной деятельности // Трибуна ученого: электрон.научн.журн.2024. №6. URL: <https://tribunescientists.ru/articles/3240>
6. Вербих А.Ю. Социальный брендинг группы компаний «АФИНА ПАЛЛАДА» ЭКОНОМИКА, МЕНЕДЖМЕНТ, ФИНАНСЫ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ: сборник статей Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2023. – 190 с. Черникова Е.В.
7. Пархоменко И. А. PCO 71 Медиапланирование в интернете как развивающееся направление в digital-маркетинге Актуальные вопросы современной экономики (международный научный журнал) № 2- 2023. Электронный доступ] URL: <https://www.xn--80ae9b7b.xn--p1ai/Editions> Шадрина Л.Ю.
8. Шумилова А.И. ЦКМ002 Технология Product Placement Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2022. No 42(234). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/234> Шадрина Л.Ю.
9. Юдина М.В. PCO91 Особенности социальной рекламы на современном этапе // Студенческий: электрон. научн. журн. - 2023. - No3(215). – с. 11-13 URL: <https://sibac.info/journal/student/215/279168> Шадрина Л.Ю.

10. Отечко П.Е, Хегай М.Д. PCO001 Связи с общественностью в коммерческой организации: понятие, используемые технологии, проблемы // Сборник статей VI Международной научно-практической конференции НОВЫЕ ВЫЗОВЫ НОВОЙ НАУКИ: ОПЫТ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО И ЭМПИРИЧЕСКОГО АНАЛИЗА состоявшейся 13 февраля 2023 г. в г. Петрозаводске. Шадрина Л.Ю.
11. Ульчугаева А.Г. ЦКМ91 Роль рекламы в современном обществе научный журнал «Студенческий» №3(215)», часть 4, январь 2023 Шадрина Л.Ю.
12. Хлебникова А.И. ЦКМ91 Каналы способы распространения рекламы научный журнал «Студенческий» №3(242)», часть 4, январь 2023 Шадрина Л.Ю.
13. Гилёва В.С. ЦКМ001 Реклама в сфере образования: отношение респондентов к состоянию, проблемы, направления совершенствования» Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2023. No 5(244). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/244> Шадрина Л.Ю.
14. Каминский Н.В. PCO002 Реклама сфере товаров народного потребления: отношения респондентов к состоянию, проблемы, направления совершенствования/«Научное сообщество студентов. Междисциплинарные исследования»: Электронный сборник статей по материалам CLVII студенческой международной научно-практической конференции. – Новосибирск: Изд. ООО «СибАК». – 2023. – № 2(156) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [https://sibac.info/archive/meghdis/2\(156\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/2(156).pdf). Шадрина Л.Ю.
15. Чуканова Д.М. PCO002 ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ В ТЕЛЕВИЗИОННОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ 2023. №4 (102). URL: <https://scilead.ru/article/3955-problemi-sotsialnoj-sferi-v-televizionnoj-zh> Шадрина Л.Ю.
16. Ермакова Е.В. МК81 Методы исследования развернутого портрета потребителя сборник статей третий международной научно-практической конференции экономика: актуальные вопросы теории практики, 5 февраля 2023г. в город Пенза Шадрина Л.Ю. Батищева И.Ю. Интернет в деятельности по связям с общественностью // Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2023. № 23(262). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/262> Шадрина Л.Ю.
17. Суховейко П. А. PCO001 Социально-демографическое описание целевой группы потребителей товара при разработке коммуникационной стратегии Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2023. No 16(255). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/255> Шадрина Л.Ю.

18. Григорян Н.А. ЦКМ002 Основные этапы проведения маркетингового исследования Трибуна учёного, 2023. [Электронный ресурс]. URL: <https://tribune-scientists.ru/articles/2661> Шадрина Л.Ю.
19. Савсюк А.П. РС0001 Ценовые исследования «Педразвитие» [Электронный ресурс] URL: <http://pedrazvitie.ru/servisy/publik/publ?id=41914> Шадрина Л.Ю.
20. Струкова А.А. РС0001 PR-мероприятия в деятельности по связям с общественностью: понятие, виды, технологии реализации Студенческий вестник №14 (253), часть 2, 2023г. Шадрина Л.Ю.
21. Немчинова В. М. РС0001 Экспериментальные и теоретические исследования в современной науке сборник статей по материалам LXXXVIII международной научно- практической конференции No 4(80). – Новосибирск: СибАК, 2023. [Электронный ресурс] URL: <https://sibac.info/conf/modernscience> Шадрина Л.Ю.
22. Чимитцыренов Т.Г. ЦКМ001 Исследование аудитории СМИ как направление маркетинговые исследования Научный лидер, №17 (115), мая, 2023 Шадрина Л.Ю.
23. Ищенко М.Е. РС081 ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИНЦИПОВ ВЫБОРА РАДИОСТАНЦИЙ И ПЕРЕДАЧ ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ И ОСОБЕННОСТИ МЕДИАПЛАНИРОВАНИЯ НА РАДИО Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам СССИ Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 12(301). – М., Изд. «Интернаука», 2023. Шадрина Л.Ю.
24. Репало Е.А. РС081 Исследование моделей и факторов покупательского поведения потребителей торговой марки «пицца- синица // Сборник XI Международной научно-практической конференции «Передовое развитие современной науки: опыт, проблемы, прогнозы», 18 апреля 2023 год. С 32-37 Шадрина Л.Ю.
25. Шабанова Н.А. ЦКМ002 Исследование моделей и факторов покупательского поведения: состояние, проблемы, направления совершенствования на примере торговой марки в сборнике СХХIV Студенческая международная научно-практической конференции «Научное сообщество студентов XXI столетия. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ» No4(124). С 4-12 Шадрина Л.Ю.

26. Крохта П.В. PCO001 Исследование мотивации покупательского поведения: состояние, проблемы, направления совершенствования ТМ «Чистая линия» журнал «Педразвитие». [Электронный ресурс]. URL: <http://pedrazvitie.ru/servisy/publik/publ?id=41285> Шадрина Л.Ю.
27. Некрасова А.А. PCO001 Влияние цветового решения упаковки продуктов питания на потребителей Студенческий вестник,. 2023. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.internauka.org/journal/stud/herald/246> Шадрина Л.Ю.
28. Салова М. П. ЦКМ001 Изучение покупательского спроса на услуги онлайн- кинотеатров (на примере ИВИ) ЭКОНОМИКА и право - 2023 : Сборник статей Международной научно-практической конференции, Петрозаводск, 10 апреля 2023 года. – г. Петрозаводск: Международный центр научного партнерства «Новая Наука» (ИП Ивановская И.И.), 2023. – С. 71-76. URL <https://sciencen.org/assets/Kontent/Konferencii/Arhiv-konferencij/KOF-770.pdf> Шадрина Л.Ю.
29. Сидельников А.В. ЦКМ001 Пресс-служба государства: причины возникновения, характеристика понятия и направлений деятельности «Научный Лидер» № 10 (108), март 2023[Электронный ресурс]. URL <https://scilead.ru/article/4120-press-sluzhba-gosudarstva-prichini-vozniknove> Шадрина Л.Ю.
30. Даниленко М. А. PCO001 Исследование отношения потребителей к торговой марке: состояние, проблемы, направления совершенствования всероссийское издание Педразвитие» <http://pedrazvitie.ru/servisy/publik/publ?id=41264> Шадрина Л.Ю.
31. Чернышева В.А. PCO001 Исследование уровня известности торговой марки «Natura Siberica» «Педразвитие». [Электронный ресурс]. URL: <http://pedrazvitie.ru/servisy/publik/publ?id=41284> Шадрина Л.Ю.
32. Клейменова Н.Р. PCO001 Внутрикorporативные коммуникации как необходимое условие успешной деятельности компании Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2023. № 18 (257). Шадрина Л.Ю.
33. Денисова М. В. ЦКМ001 Изучение потребителей: необходимость, основные направления, сегментирование потребителей и выбор целевого рынка Экономика, менеджмент, финансы: актуальные вопросы теории и практики: сборник статей II Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2023. [Электронный ресурс] URL: <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2023/05/МК-1695.pdf> Шадрина Л.Ю.

34. Назарова Е.В. PCO001 Исследование реальных и потенциальных конкурентов как направление маркетингового исследования
Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2023. № 16(255). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/255>
Шадрина Л.Ю.
35. Чимитцыренов Т.Г ЦКМ001 Исследование аудитории СМИ как направление маркетингового исследования Научный Лидер» No17
(115), Май 2023 г. Шадрина Л.Ю.
36. Тактасимова С.Б. ЦКМ001 Реклама в банковской сфере: отношение респондентов к состоянию Студенческий вестник: электрон.
научн. журн. 2022. No 41(233). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/233> Шадрина Л.Ю.
37. Пенькова А.М. ЦКМ002 Рекламные исследования: основные направления, проблемы и разработка рекомендаций по
совершенствованию Сборник статей V Международной научно-практической конференции, год издания: 2023, место издания: Пенза,
издательство: Наука и Просвещение . 17.05.2023 Шадрина Л.Ю.
38. Кузнецова А.Ю. PCO001 Исследование восприятия нового товара: используемые методы, текущее состояние и рекомендации по
повышению известности Развитие общества и науки в современных условиях. Сборник статей II Международной
научно-практической конференции. –Петрозаводск: МЦНП «Новая наука».-2023.С. состоявшейся 7 мая 2023 г. в г. Петрозаводск
Шадрина Л.Ю.
39. Редина Д.Д. ЦКМ001 Сравнение фирменного стиля «Додо Пицца» с конкурентами Научные исследования молодых учёных: сборник
статей XXIII Международной научно-практической конференции. Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение», 2023. – С. 362-364.
[Электронный ресурс]. URL: <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2023/05/МК-1701.pdf> Шадрина Л.Ю.
40. Иванова Д.В. ЦКМ002 Маркетинговые исследования: основные этапы и понятия Цифровая экономика и новые
возможности для бизнеса: сборник статей II Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и
Просвещение»._2023.С. состоявшейся 30 апреля 2023 г. в г. Пенза. Шадрина Л.Ю.
41. Варакина Е.А. ЦКМ001 Исследование удовлетворенности как направление маркетингового исследования Пенза: МЦНС «Наука и
Просвещение». 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2023/05/МК-1701.pdf> Шадрина Л.Ю.

42. Романенко Р. мБО101 "Современные инструменты PR-продвижения компаний" "международном научном журнале «Молодой ученый» №20 (467), май 2023 г., URL: <https://moluch.ru/archive/467/102974/>" Теренина Н.Л.
43. Вотинев И.С. ЦКМ001 Отношение респондентов к рекламе «Альфа-банк» состояние, проблемы Научные высказывания (международный научный журнал) 2023. № 10 (34) Шадрина Л.Ю.
44. Васина Н.А. ЦКМ001 Известность торговой марки Vivienne Sabo: состояние и проблемы Студенческий вестник № 17 (256), часть 6, 2023. Шадрина Л.Ю.
45. Лачинов Э.Л. ЦКМ001 Маркетинговые исследования продукта СОВРЕМЕННАЯ РОССИЙСКАЯ НАУКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ: сборник статей V Всероссийской научно-практической конференции. Пенза: – МЦНС «Наука и Просвещение». – 2023. <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2023/05/МК-1712.pdf> Шадрина Л.Ю.
46. Майдан, С. Б. ЦКМ002 Маркетинговое исследование: понятие, сущность, методы сбора данных // ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ: сборник статей XXII Международной научно-практической конференции, Пенза, 15 апреля 2023 года. – Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2023. – С. 29-32. – EDN TULBLU. [Электронный ресурс] URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_50520626_19868142.pdf Шадрина Л.Ю.
47. Новосад, О. Е. ЦКМ002 Исследование особенностей формирования товарного ассортимента в сфере общественного питания (по материалам маркетингового исследования) Современные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации : Сборник статей XXXII Международной научно-практической конференции, Пенза, 25 апреля 2023 года. – Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2023. – С. 174-176. – EDN RZYUAV. [Электронный ресурс]. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=52106371&pff=1> Шадрина Л.Ю.
48. Брит А.А. ЦКМ001 Исследование развернутого портрета потребителя: социально-демографических, экономических, психологических, поведенческих характеристик, объемов и частоты покупок, их места сборник статей 17 международной научно-практической конференции, состоявшейся 20 мая 2023г. в г.Пенза Шадрина Л.Ю.
49. Шашкова Е.Е. РС001 Использование PR-технологий для формирования корпоративной культуры организации Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2023. No 15(254). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/254> Шадрина Л.Ю.

50. Вырвина М.В. ЦКМ001 Удовлетворенность потребителей рекламой: методики оценки, проблемы и направления совершенствования (на примере рекламы шоколадных изделий) «Студенческий вестник» 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.internauka.org/journal/stud/herald/234> Шадрина Л.Ю.
51. Бякова П. В. РС0001 ИССЛЕДОВАНИЕ ОТНОШЕНИЯ К ТОРГОВОЙ МАРКЕ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ «Студенческий вестник»: научный журнал. – No 17(256), С. 46-47 [Электронный ресурс] URL: <https://www.internauka.org/journal/stud/herald/256> Шадрина Л.Ю.
52. Гинтер А.С. РС0001 Конкурентный анализ и его виды Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2023. № 19(258). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/258> Шадрина Л.Ю.
53. Сауырбай А.Б. ЦКМ002 Развернутый портрет потребителя: социально- демографических, экономических, психологических, поведенческих характеристик, объемов и частоты покупок, их места V Всероссийская научно-практическая конференция «НАУКА МОЛОДЫХ – БУДУЩЕЕ РОССИИ» . : МЦНС «Наука и Просвещение». – 2023 (17/05/2023) Шадрина Л.Ю.
54. Гречкосей Е.А. ЦКМ001 Исследование удовлетворенности потребителей: состояние, проблемы, рекомендации по повышению удовлетворенности сборник статей ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ: сборник статей VI Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2023 Шадрина Л.Ю.
55. Гилева В.С. ЦКМ001 Исследование потребителя: необходимость, основные направления, сегментирование потребителей и выбор целевого рынка/ НАУКА МОЛОДЫХ — БУДУЩЕЕ РОССИИ: сборник статей V Всероссийской научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2023. – 322 с. <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2023/05/МК-1709.pdf> Шадрина Л.Ю.
56. Герман В.А. ЦКМ001 Исследование отношение потребителей к бренду: состояние, проблемы, направления совершенствования сборник статей V Всероссийской научно-практической конференции, состоявшейся 17 мая 2023 г. в г.Пенза «Наука молодых – будущее России» Шадрина Л.Ю.
57. Юркова А.А. ЦКМ002 ОЦЕНКА УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ РАБОТОЙ ОРГАНИЗАЦИИ КАК НАПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ Научное сообщество студентов: МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: сб. ст. по мат. CLXIV междунар. студ. науч.-практ. конф. No 9(163). URL: [https://sibac.info/archive/meghdis/9\(163\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/9(163).pdf) Шадрина Л.Ю.

58. Отечко П.Е. PCO001 Мировой рекламный рынок: состояние, проблемы, перспективы развития СОВРЕМЕННАЯ ЭКОНОМИКА И ПРАВО: ОПЫТ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО И ЭМПИРИЧЕСКОГО АНАЛИЗА Сборник статей VI Международной научно-практической конференции, состоявшейся 22 мая 2023 г. в г. Петрозаводске. Шадрина Л.Ю.
59. Хегай М.Д. PCO001 Маркетинговое исследование удовлетворенности потребителей розничной сети магазинов "Магнит" НАУКА, ОБЩЕСТВО, ИННОВАЦИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ: сборник статей Международной научнопрактической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2023. С. 259- 262. Шадрина Л.Ю.
60. Никонова А.А. ЦКМ001 Исследование потребительских предпочтений торговой марки. «Студенческий вестник», 2023. [Электронный ресурс], URL: [https://www.internauka.org/archive2/vestnik/9\(248_3\).pdf](https://www.internauka.org/archive2/vestnik/9(248_3).pdf) Шадрина Л.Ю.
61. Семенов В.А. ЦКМ001 Товарная и сервисная политик конкурентов Студенческий научный форум 2023 сборник статей VIII Международной научно-практической конференции. Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». 2023. С 58-61 Шадрина Л.Ю.
62. Терехова П.О. ЦКМ001 ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КАК НАПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ. «Студенческий вестник», 2022. [Электронный ресурс], URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/250> Шадрина Л.Ю.
63. Каблукова В.А. ЦКМ002 ИССЛЕДОВАНИЕ СТЕПЕНИ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПРЕДЛАГАЕМЫМИ УСЛУГАМИ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ СТЕПЕНИ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ Научное сообщество студентов: МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: сб. ст. по мат. CLXV междунар. студ. науч.-практ. конф. № 10(164). URL: [https://sibac.info/archive/meghdis/10\(164\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/10(164).pdf) Шадрина Л.Ю.
64. Гринева А.В. ЦКМ002 Мотивация покупательского поведения: теоретические основы и способы оценки Научный журнал "Студенческий вестник" 14.06.23 Интернаука Шадрина Л.Ю.
65. Власов Е.А. ЦКМ002 Рекламные и PR-технологии в социальной сфере Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2023. No 19(258). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/258> Шадрина Л.Ю.

66. Дзюба Е.Ю. ЦКМ002 Изучение потребителей: необходимость, основные направления, сегментирование потребителей и выбор целевого рынка сборник статей V Международной научно-практической конференции "Современная экономика: актуальные вопросы теории и практики" . Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». 2023. Шадрина Л.Ю.
67. Зыбарев Е.А. РС001 Маркетинговое исследование состояния покупательского спроса авиакомпании «Уральские авиалинии» сборник статей V Международной научно-практической конференции "World of science" . Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». 2023. Шадрина Л.Ю.
68. Богуненко Е.В. ЦКМ002 Маркетинговое исследование: понятие, сущность, методы сбора данных Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2023. No 20(259). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/259> Шадрина Л.Ю.
69. Псарева Е.Д. РС001 ИССЛЕДОВАНИЕ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2023. No 20(259). [Электронный ресурс] URL: <https://www.internauka.org/journal/stud/herald/259?type=articles> Шадрина Л.Ю.
70. Кузнецова В.О. РС001 Исследование товарной и сервисной политики конкурентов как направление маркетинговых исследований "Всероссийское издание «Педразвитие» No ФС 77 - 60640 ОТ 20.01.2015. [Электронный ресурс]. URL: http://pedrazvitie.ru/servisy/publikaciya_materiala_na_saite/material?id=2908 Шадрина Л.Ю.
71. Умунц А.М. 4ЦКМ12 СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ И МЕССЕНДЖЕРЫ КАК СОВРЕМЕННЫЕ ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМЫ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА//XVIII Международной научно-практической конференции: «ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА» ИРС-18, 09 сентября 2023 г. Шадрина Л.Ю.
72. Шевченко А.А. 4ЦКМ12 Особенности формирования репутации на B2B рынке// сборник научных трудов по материалам восьмой международной научно-практической конференции «Наука в современном мире: результаты исследований и открытий». 08.09.2023 г. Анапа Шадрина Л.Ю.
73. Грешилова А. В. 4ЦКМ12 Разработка стратегии интернет-магазина ПАО Совкомбанк// сборник статей 6-ой международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы современных научных исследований» 10.09.23 г. Пенза. С 103-106 Шадрина Л.Ю.

74. Делкова В. А. 4ЦКМ12 Оценка состояния сайта и привлечение потребителей интернет-магазина// сборник статей 6-ой международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы современных научных исследований» 10.09.23 г. Пенза. С 106-109 Шадрина Л.Ю.
75. Косинцев А.А. 4ЦКМ11 Настройка эффективной рекламной кампании в Яндекс Директ// сборник статей международной научно-практической конференции «Актуальные исследования и разработки в области естественных, технических, гуманитарных наук» г. Белгород, 16.06.2023 Шадрина Л.Ю.
76. Левада А.В. 4ЦКМ12 Социальные медиа в продвижении стоматологической клиники// сборник статей 6-ой международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы современных научных исследований» 10.09.23 г. Пенза. С 109-113 Шадрина Л.Ю.
77. Тармышева А.А. 4ЦКМ12 ОРГАНИЗАЦИЯ ВНУТРЕННЕЙ РЕКЛАМЫ НА WILDBERRIES // Научное сообщество студентов XXI столетия. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. СХХІХ междунар. студ. науч.-практ. конф. № 9(129). URL: [https://sibac.info/archive/economy/9\(129\).pdf](https://sibac.info/archive/economy/9(129).pdf) (дата обращения: 15.09.2023) Шадрина Л.Ю.
78. Ельцова А.Е. 4 КМ12 КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ // Научное сообщество студентов XXI столетия. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. СХХІХ междунар. студ. науч.-практ. конф. № 9(129). URL: [https://sibac.info/archive/economy/9\(129\).pdf](https://sibac.info/archive/economy/9(129).pdf) (дата обращения: 15.09.2023) Шадрина Л.Ю.
79. Дондерфер, С. А. ЦКМ002 Рекламные стратегии высших учебных заведений предпринимательского типа / С. А. Дондерфер // СОВРЕМЕННАЯ НАУКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ и ИННОВАЦИИ : сборник статей XXXII Международной научно-практической конференции, Пенза, 25 августа 2023 года. – Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2023. – С. 286-288. – EDN LKTIYF. [Электронный ресурс] URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=54332327> Шадрина Л.Ю.
80. Чуканова Д. М. РС001 ОСОБЕННОСТИ МЕДИАПЛАНИРОВАНИЯ НА РАДИО// «Научный лидер» выпуск # 35 (133), Сентябрь '23. URL: <https://scilead.ru/article/4927-osobennosti-mediaplanirovaniya-na-radio> Шадрина Л.Ю.

81. Дёмкина Н.О. 4 КМ12 ТРАНСПОРТНАЯ РЕКЛАМА КАК СПОСОБ СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТА // Научное сообщество студентов XXI столетия. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. СХХIX междунар. студ. науч.-практ. конф. № 9(129). URL: [https://sibac.info/archive/economy/9\(129\).pdf](https://sibac.info/archive/economy/9(129).pdf)(дата обращения: 15.09.2023) Шадрина Л.Ю.
82. 4ЦКМ12 Могилевец К.В. Онлайн-реклама как основной инструмент продвижения продукта// сборник научных трудов по материалам восьмой международной научно-практической конференции «инновационный развития научной мысли» седьмое. 07.09.2023 .г. Анапа
83. 4ЦКМ01 Гончарова Ю.А. Организационная конкурентоспособность через стратегическое управление знаниями// сборник 5 международной научно-практической конференции «Финансы и реальный сектор экономики в современных условиях» г. Пенза. МЦНС «Наука и просвещение» <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2023/01/МК-1612.pdf>
84. мБО21 Лаврентьев Е.В. Сущность, особенности и эффективность маркетинговой деятельности в сфере услуг общественного питания// Актуальные исследования, №28, 2023
85. мБО21 Прозорова Ю.С. Рекламная и PR деятельность в сфере гражданской авиации// международный научный журнал «Синергия наук», 2023 , июль. <http://synergy-journal.ru/archive/article7644>
86. Черненко В.В. мБО21 Эффективные инструменты интернет-маркетинга //CLXVIII Международной научно- практической конференции «Научное сообщество студентов: МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ» (Россия, г. Новосибирск, 26 июня 2023 г.) <https://sibac.info/archive/meghdis/12%28166%29.pdf>
87. Султанова Ю.Г. мБО21 Тенденции интернет-продвижения в социальных сетях// Актуальные исследования #28 (158), июль 2023
88. Воронович А.Ю. мБО21 Алгоритм разработки стратегии интернет-маркетинга//Молодой ученый (международный научный журнал), №28 (475), июль, 2023.
89. Милованова Л.А. РС001 Телевизионная реклама// сборник материалов студенческой международной научно-практической конференции «Научное сообщество студентов» №12 (166). С. 153-160

90. Рымар К.А. мБО21Этапы разработки и оценка эффективности digital-стратегии продвижения бренда// Актуальные исследования, №28, 2023
91. Вдовина А.С. мБО21 Тенденции в развитии онлайн-продаж//Актуальные исследования №24 (154), июнь 2023
92. Власова А.А. РС001Исследование мотивации покупательского поведения: состояние, проблемы, направления совершенствования// сборник материалов студенческой международной научно-практической конференции «Научное сообщество студентов» №12 (166)
93. Перемыкина А.С. РС001Исследование удовлетворенности потребителей: состояние, проблемы, рекомендации по повышению удовлетворенности// сборник материалов студенческой международной научно-практической конференции «Научное сообщество студентов» №12 (166)
94. Дондерфер С. А. ЦКМ002 Влияние рекламы на покупательское поведение (по материалам маркетингового исследования) / С. А. Дондерфер // АКТУАЛЬНЫЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ : сборник статей XII Международной научно-практической конференции : в 4 ч., Пенза, 5 июня 2023 года. Том Часть 4. – Пенза: Наука и Просвещение. 2023. – С. 108-110. [Электронный ресурс] URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=53968017&pff=1>
95. Гаража Ю.А. РС091 ВТL-реклама как способ коммуникации с потребителем // // NEW SCIENCE RESEARCH : сборник статей Международной научно-практической конференции (11 сентября 2023 г.). – Петрозаводск : МЦНП «НОВАЯ НАУКА», 2023. – с. 13-18. [KOF-862.pdf \(sciencen.org\)](#)
96. Скипа М.А. РС091 Особенности рекламы в сети интернет // NEW SCIENCE RESEARCH : сборник статей Международной научно-практической конференции (11 сентября 2023 г.). – Петрозаводск : МЦНП «НОВАЯ НАУКА», 2023. – с. 24-29. [KOF-862.pdf \(sciencen.org\)](#)
97. Мучкаева Д.П. 4ЦКМ01 Рекламные исследования как разновидность маркетинговых исследований: понятие и значение // Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2023. № 33(272).
98. Шинкарёва О.В., Шадрина Л.Ю. МОДЕЛЬ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ЛИЧНОГО БРЕНДА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ // Вестник науки №10 (67) том 1. С. 65 - 71. 2023 г. ISSN 2712-8849 // Электронный ресурс: <https://www.вестник-науки.рф/article/10100> (дата обращения: 03.10.2023 г.

99. Шинкарёва О.В., Шадрина Л.Ю. Метод разработки карты пути клиента: как анализ паттернов потребительского поведения аудитории онлайн школы // Интернаука: электрон. научн. журн. 2023. № 35(305). URL: <https://internauka.org/journal/science/internauka/305> (дата обращения: 23.09.2023)
100. Карнаухова М.С. 4ЦКМ12 Реклама в Интернете как современный инструмент продвижения туристических услуг\\ Международная студенческая научно-практическая конференция «Научное сообщество студентов 21 столетия» [https://sibac.info/archive/meghdis/16\(170\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/16(170).pdf)
101. Осипович А.Л. 4ЦКМ11 Основы в продвижении люкса и массмаркета\\ международная научно-практическая конференция «Молодой исследователь: вызовы и перспективы» №26 (315) <https://elibrary.ru/item.asp?id=54314700&selid=54314728>
102. Лемешева М.А. 4ЦКМ11 Продвижение корпоративного сайта коммерческой организации в Яндекс.Директ\\ Международная студенческая научно-практическая конференция «Научное сообщество студентов: междисциплинарные исследования» №12 (166) Обложка сборника (<https://sibac.info/archive/meghdis/12%28166%29.pdf>)
103. Корчагин С.Н. 4ЦКМ11 Организация рекламной кампании во ВКонтакте\\ Международная студенческая научно-практическая конференция «EurasiaScience» – https://xn--80aa3afkgvdf5he.xn--p1ai/ES53_originalmaket_N.pdf
104. Жолобова 4ЦКМ11 Эффективность использования визуальных элементов в рекламе\\ Международная студенческая научно-практическая конференция «Научное сообщество студентов 21 столетия» ([https://sibac.info/archive/meghdis/12\(166\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/12(166).pdf))
105. Почтарь С. А.ЦКМ002 Комплексное исследование рынка: необходимость, оценка состояния, проблемы и основные тенденции развития/ С. А. Почтарь // Наука, образование, инновации: актуальные вопросы и современные аспекты сборник статей XVIII Международной научно-практической конференции. Пенза, 2023: XVIII Международной научно-практической конференции. 2023. – С. 202 – 204. - EDN: HVNYNP. [Электронный ресурс] URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=54380505&pff=1>
106. Надточей С.В. 4ЦКМ12 Теоретические аспекты рекламы и PR коммерческой организации в сети интернет \\ Международная студенческая научно-практическая конференция «Научное сообщество студентов 21 столетия. Экономические науки» №9 (129)
107. Никонова А.А. ЦКМ001 Исследование потребительских предпочтений торговой марки // «Студенческий вестник», 2023. [Электронный ресурс], URL: [https://www.internauka.org/archive2/vestnik/9\(248_3\).pdf](https://www.internauka.org/archive2/vestnik/9(248_3).pdf)
108. Семенов В.А. ЦКМ001 Товарная и сервисная политик конкурентов // Студенческий научный форум 2023 сборник статей VIII Международной научно-практической конференции. Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». 2023. С 58-61

109. Терехова П.О. ЦКМ001 ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КАК НАПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ // «Студенческий вестник», 2022. [Электронный ресурс], URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/250>
110. Каблюкова В.А. ЦКМ002 ИССЛЕДОВАНИЕ СТЕПЕНИ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПРЕДЛАГАЕМЫМИ УСЛУГАМИ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ СТЕПЕНИ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ // Научное сообщество студентов: МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: сб. ст. по мат. CLXV междунар. студ. науч.-практ. конф. № 10(164). URL: [https://sibac.info/archive/meghdis/10\(164\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/10(164).pdf)

Публикации за 2016 - 2018 годы

Сборник по итогам Международной научно-практической конференции «Научные исследования и разработки в эпоху глобализации. Публикация РИНЦ.

Приоритетные научные направления: от теории к практике: сборник материалов XXXII Международной научно-практической конференции: в 2-х частях. Часть 2 / Под общ. ред. С.С. Чернова. – Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2016. Публикация РИНЦ.

Сборник по итогам Международной научно-практической конференции «Научные исследования и разработки в эпоху глобализации» / Под общ. ред. С.С. Чернова. – Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2016. Публикация РИНЦ.

Публикация РИНЦ Инновационные технологии научного развития: сборник статей Международной научно-практической конференции Аэтерна, 2016. Публикация РИНЦ.

Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей III Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС "Наука и Просвещение". – 2016. Публикация РИНЦ.

Публикация РИНЦ Роль инноваций в трансформации современной науки: Сборник статей Международной научно-практической конференции, 5 декабря 2016 г., г. Волгоград. Публикация РИНЦ.

Проблемы и перспективы развития науки в России и мире: Сборник статей Международной научно - практической конференции, г. Уфа. Публикация РИНЦ.

Сборник статей Международной научно-практической конференции «Научные исследования в эпоху глобализации» (25 ноября 2016 г., г. Пермь), Аэтерна, 2016. Публикация РИНЦ.

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕХАНИЗМЫ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ НАУЧНОГО РАЗВИТИЯ: сборник статей Международной научно-практической конференции, г. Уфа. Публикация РИНЦ.

Сборник IX Международной научно-практической конференции «Институциональные и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем». Публикация РИНЦ.

Современные проблемы и перспективные направления инновационного развития науки: Сборник статей Международной научно-практической конференции, г. Екатеринбург, РФ. Публикация РИНЦ.

Наука и инновации в современных условиях. Сборник статей Международной научно-практической конференции 18 декабря 2016г г. Екатеринбург, РФ. Публикация РИНЦ.

Инновационные научные исследования: теория, методология, практика. Сборник статей победителей. IV Международная научно-практическая конференция. /Под общей ред. Г.Ю.Гуляева г. Пенза. Публикация РИНЦ.

Международная научно-практическая конференция Новая наука: от идеи к результату, г. Сургут. Публикация РИНЦ.

В мире науки и инноваций: сборник статей Международной научно - практической конференции, г. Пермь. Публикация РИНЦ.

Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки: электр. сб. ст. по материалам XL студ. междунар. заочной науч.-практ. конф. — М.: «МЦНО». — 2016. Публикация РИНЦ.

Сборник статей Международной научно-практической конференции «Современные проблемы и перспективные направления инновационного развития науки» - Уфа: Аэтерна, 2016. Публикация РИНЦ.

Международная научно-практическая конференция НОВАЯ НАУКА: ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ г. Стерлитамак. Публикация РИНЦ.

Молодежный научный форум: общественные и экономические науки: электр. сб. ст. по материалам XLI студ. междунар. заочной науч.-практ. конф. — М.: «МЦНО». — 2017. Публикация РИНЦ.

Экономика, управление и право: инновационное решение проблем: сборник статей Международной научно-практической конференции. Публикация РИНЦ.

Участие в VI Международной научно-практической конференции "Экономика, управление и право: инновационное решение проблем" г. Пенза. Публикация РИНЦ.

IX Международная научно-практическая конференция Участие в Международной научно-практической конференции г. Волгоград, РФ. Публикация РИНЦ.

Участие в Международной научно-практической конференции IX Международная научно-практическая конференция г. Челябинск, РФ. Публикация РИНЦ.

Наука и инновации в современных условиях: Сборник статей Международной научно-практической конференции г. Казань, 2017. Публикация РИНЦ.

IX Международная научно-практическая конференция НАУКА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ: ЗАКОНОМЕРНОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ г. Пермь, РФ. Публикация РИНЦ.

IX Международная научно-практическая конференция Современные проблемы и перспективные направления инновационного развития науки, г. Уфа, РФ. Публикация РИНЦ.

IX Международная научно-практическая конференция НАУКА, ОБРАЗОВАНИЕ И ИННОВАЦИИ, г. Волгоград, РФ. Публикация РИНЦ.

IX Международная научно-практическая конференция Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности, г. Уфа, РФ. Публикация РИНЦ.

Международная научно-практическая конференция НОВАЯ НАУКА: ОПЫТ, ТРАДИЦИИ И ИННОВАЦИИ, г. Оренбург, РФ. Публикация РИНЦ.

IX Международная научно-практическая конференция МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИННОВАЦИОННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ И РАЗРАБОТОК, г. Екатеринбург, РФ. Публикация РИНЦ.

Международная научно-практическая конференция НОВАЯ НАУКА: ОТ ИДЕИ К РЕЗУЛЬТАТУ г. Сургут, РФ. Публикация РИНЦ.

IX Международная научно-практическая конференция СОВРЕМЕННЫЙ ВЗГЛЯД НА БУДУЩЕЕ НАУКИ, г. Казань, РФ. Публикация РИНЦ.

Материалы Международной научно - практической конференции «Материалы и методы инновационных исследований и разработок», г. Екатеринбург. Публикация РИНЦ.

IX Международная научно-практическая конференция ИННОВАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ НАУКИ, г. Волгоград, РФ. Публикация РИНЦ.

Материалы Международной научно - практической конференции «Совершенствование методологии познания в целях развития науки» Пермь, 2017 г. Публикация РИНЦ.

В сборнике: Современный взгляд на будущее науки, сборник статей международной научно-практической конференции: в 3 ч.. 2017. Публикация РИНЦ.

III Международная научно-практическая конференция ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В НАУКЕ И ОБРАЗОВАНИИ. 2017 г. Публикация РИНЦ.

IX Международная научно-практическая конференция НАУЧНЫЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ 2017 г. Уфа, РФ. Публикация РИНЦ.

IX Международная научно-практическая конференция ИНФОРМАЦИЯ КАК ДВИГАТЕЛЬ НАУЧНОГО ПРОГРЕССА, 2017 г. Екатеринбург. Публикация РИНЦ.

IX Международная научно-практическая конференция В МИРЕ НАУКИ И ИННОВАЦИЙ 20 апреля 2017г. г. Казань, РФ. Публикация РИНЦ.

ФИНАНСОВО - ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО И ЕГО РОЛЬ В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ: сборник статей Международной научно - практической конференции, г. Оренбург. Публикация РИНЦ.

Инновационное развитие современной науки: проблемы, закономерности, перспективы: сборник статей II Международной научно-практической конференции, 2017. Публикация РИНЦ.

Инновационные научные исследования: теория, методология, практика сборник статей VIII Международной научно-практической конференции: в 2 частях, 2017. Публикация РИНЦ.

Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации сборник статей победителей VII Международной научно-практической конференции, 2017. Публикация РИНЦ.

Инновационное развитие современной науки: проблемы, закономерности, перспективы. сборник статей II Международной научно-практической конференции. 2017. Публикация РИНЦ.

Сборник статей Международной научно-практической конференции «Научные исследования и разработки в эпоху глобализации» – Пермь: АЭТЕРНА. Публикация РИНЦ.

Сборник статей Международной научно-практической конференции "Современные технологии в мировом научном пространстве" - Уфа, Аэтерна. 2017. Публикация РИНЦ.

ИННОВАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ НАУКИ. Сборник статей международной научно-практической конференции: в 3 частях. 2017. Публикация РИНЦ.

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО И ЕГО РОЛЬ В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ. Сборник статей международной научно-практической конференции: в 2 частях, 2017. Публикация РИНЦ.

НОВЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В НАУКЕ. Сборник статей международной научно-практической конференции: в 3 частях. 2017. Публикация РИНЦ.

EUROPEAN SCIENTIFIC CONFERENCE сборник статей победителей III Международной научно-практической конференции: в 2 частях. 2017. Публикация РИНЦ.

НАУЧНЫЕ РЕВОЛЮЦИИ: СУЩНОСТЬ И РОЛЬ В РАЗВИТИИ НАУКИ И ТЕХНИКИ Сборник статей Международной научно-практической конференции. В 3-х частях. 2017. Публикация РИНЦ.

СОВРЕМЕННЫЙ ВЗГЛЯД НА БУДУЩЕЕ НАУКИ. Сборник статей международной научно-практической конференции: в 3 частях. 2017. Публикация РИНЦ.

Анализ журналистской манеры Михаила Коростикова (издание «Коммерсантъ») - Традиционная и инновационная наука: история, современное состояние, перспективы : сборник статей международной научно-практической конференции. 2018. Публикация РИНЦ.

Проблема эффективного слушания в процессе личных продаж - Наука, образование и культура. Публикация РИНЦ.

Приемы и техники речевого воздействия в книге Глеба Архангельского «Тайм-драйв: как успевать жить и работать» - Психологические и педагогические основы интеллектуального развития. 2018. Публикация РИНЦ.

Манипулятивные технологии в продающих текстах - Динамика взаимоотношений различных областей науки в современных условиях: сб. ст по итогам МНПК. 2018. Публикация РИНЦ.

Реклама и PR на рынке потребительских товаров: теоретические аспекты - Экономика, управление и право: инновационное решение проблем: сборник статей по итогам XI Международной научно-практической конференции. 2018. Публикация РИНЦ.

Анализ журналистской деятельности Анны Политковской - Научное сообщество студентов. Междисциплинарные исследования : электронный сборник статей по мат. XXXVI студенческой МНПК. – Новосибирск: изд. АНС «СибАК». – 2018.. Публикация РИНЦ.

Анализ манипулятивных техник в книге Р. Кийосаки «Богатый папа, бедный папа» - Научно-технический прогресс как фактор развития современного общества: сб. ст. МНПК . 2018. Публикация РИНЦ.

Теоретический аспект PR-деятельность в организации: понятие и особенности - Новые технологии, инновации, изобретения: сборник статей Международной научно- практической конференции . 2018. Публикация РИНЦ.

Бренд как индикатор обещанного качества продукции - Стимулирование инновационного развития общества в стратегическом периоде: сборник статей Международной научно - практической конференции . 2018.Публикация РИНЦ.

Product placement в кинематографе - Стимулирование инновационного развития общества в стратегическом периоде: сборник статей Международной научно - практической конференции . 2018.Публикация РИНЦ.

Интернет - маркетинг как способ формирования покупательской потребности - Проблемы взаимодействия науки и общества: сборник статей Международной научно-практической конференции: в 2 частях. Ч2. - 2018. Публикация РИНЦ.

Организация взаимоотношений рекламного агентства и клиента - Проблемы взаимодействия науки и общества: сборник статей Международной научно-практической конференции: в 2 частях. Ч2. - 2018. Публикация РИНЦ.

Исследование семейных ценностей современной молодежи - Сборник статей Международной научно-практической конференции «Стимулирование инновационного развития общества в стратегическом периоде» (25 марта 2018 г., г. Саратов). В 2 ч. Ч.2 / - Уфа: АЭТЕРНА, 2018.. Публикация РИНЦ.

Использование медиации в профессиональной деятельности специалиста по рекламе - Стимулирование инновационного развития общества в стратегическом периоде : сб. ст. МНПК 25 марта 2018 г., г. Саратов. В 2 ч.- Ч.2. – Уфа: АЭТЕРНА, 2018. . Публикация РИНЦ.

Коммуникативные стратегии и тактики в процессе личных продаж - Стимулирование инновационного развития общества в стратегическом периоде : сб. ст. МНПК 25 марта 2018 г., г. Саратов. В 2 ч.- Ч.2. – Уфа: АЭТЕРНА, 2018. . Публикация РИНЦ.

Речевое своеобразие публикаций Владимира Полупанова (еженедельник «Аргументы и факты») - Гуманитарные науки. Студенческий научный форум: мат. II Междунар. Научно-практ. Конференции. – Москва : МНЦО. – 2018.. Публикация РИНЦ.

Специфика практик речевого воздействия на покупателя в кн. Дж. Кэмп «Сначала скажите «нет» - Новые модели социально-экономического развития государства : сб. ст. междунар. НПК (1 апреля 2018 г., г. Самара). – Уфа: АЭТЕРНА, 2018.. Публикация РИНЦ.

Особенности развития брендинга в России - Современная экономика: актуальные вопросы, достижения, инновации, 2018г. Публикация РИНЦ

Жанровые особенности статьи Антона Вебера «Благоустройству определили приоритет» - Роль и место информационных технологий в современной науке : сб. ст. междунар. НПК, 10 апреля 2018 г. – Часть 2. Челябинск, 2018.. Публикация РИНЦ.

Языковые средства речевого воздействия в СМИ (на примере проекта «Комфортная городская среда») - Роль и место информационных технологий в современной науке : сб. ст. междунар. НПК, 10 апреля 2018 г.. Публикация РИНЦ.

Языковые средства речевого воздействия в общественно-политическом дискурсе - Роль и место информационных технологий в современной науке : сб. ст. междунар. НПК, 10 апреля 2018 г. – Часть 2. Челябинск, 2018. С. 137-139. Ссылка: <https://aeterna-ufa.ru/sbornik/NK-216-2.pdf>. Публикация РИНЦ.

Анализ журналистской манеры корреспондента издания «Русский репортер» Марины Ахмедовой - Роль и место информационных технологий в современной науке : сб. ст. междунар. НПК, 10 апреля 2018 г. – Часть 2. Челябинск, 2018. С. 137-139. Ссылка: <https://aeterna-ufa.ru/sbornik/NK-216-2.pdf>. Публикация РИНЦ.

Реклама на радио: состояние, тенденции, проблемы - Электронный сборник статей по материалам VII студенческой международной научно-практической конференции. – Москва: Изд. «МЦНО». – 2018. Публикация РИНЦ.

Выставки в рекламе и связях с общественностью - Издательский центр "ИМПРУВ"Современные проблемы развития науки. Издание 6. 15 мая 2018г. г. Екатеринбург, РФ. Публикация РИНЦ.

Выставки в настоящее время: состояния и проблемы - Издательский центр "ИМПРУВ"Современные проблемы развития науки. Издание 6. 15 мая 2018г. г. Екатеринбург, РФ. Публикация РИНЦ.

Формирование стратегии выведения товара предприятия на новый рынок - Научные достижения и открытия современной молодёжи: сборник статей IV Международной научно-практической конференции (17 апреля 2018 г.).– Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018.. Публикация РИНЦ.

Реклама в метро: состояние, проблемы, пути совершенствования - Форум молодых ученых. – 2018.. Публикация РИНЦ.

Анализ существующих подходов к выведению товара на новый рынок - Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей XII Международной научно-практической конференции (15 мая 2018 г.).– Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018.. Публикация РИНЦ.

Корпоративная идентичность как основа корпоративного миджа современной организации - Академия педагогических идей «Новация». – 2018. - № 5. Публикация РИНЦ

Интернет в деятельности по связям с общественностью - Академия педагогических идей «Новация». – 2018. - № 5. Публикация РИНЦ

Разработка анкеты для проведения маркетингового исследования лояльности потребителей рекламного агентства - Рыночная трансформация экономики России: проблемы, перспективы, пути развития: сборник статей Международной научно-практической конференции (1 июня 2018 г, г. Челябинск). - Уфа: АЭТЕРНА, 2018.. Публикация РИНЦ.

Манипулятивные технологии в бизнесе - Рыночная трансформация экономики России: проблемы, перспективы, пути развития: сборник статей Международной научно-практической конференции (1 июня 2018 г, г. Челябинск). - Уфа: АЭТЕРНА, 2018.. Публикация РИНЦ.

Методы оценки эффективности кластеров - Сборник статей II Международная научно-практическая конференция «Инновационное развитие науки и образования» (20 мая 2018 г, г. Пенза). Пенза: МЦНС «НАУКА и просвещение», 2018.. Публикация РИНЦ.

К вопросу о понятии кластера в современной экономике - Сборник статей III Международной научно-практической конференции «Экономика, Бизнес, Инновации» (20 мая 2018 г, г. Пенза). Пенза: МЦНС «НАУКА и просвещение. 2018. . Публикация РИНЦ.

Семейные ценности молодежи: традиции и трансформации - Сборник: Становление и развитие новой парадигмы инновационной науки в условиях современного общества: сборник статей Международной научно- практической конференции (5 июня 2018 г, г. Новосибирск). В 2 ч. Ч.1/- Уфа: АЭТЕРНА, 2018.. Публикация РИНЦ.

Институт семьи в условиях трансформации современного российского общества- Сборник: Становление и развитие новой парадигмы инновационной науки в условиях современного общества: сборник статей Международной научно- практической конференции (5 июня 2018 г, г. Новосибирск). В 2 ч. Ч.1/- Уфа: АЭТЕРНА, 2018.. Публикация РИНЦ.

Политический имидж Владимира Владимировича Путина: структура имиджа - Сборник статей II Международная научно-практическая конференция «Евразийская экономическая конференция» (23 мая 2018 г., г. Пенза). Пенза: МЦНС «НАУКА и просвещение», 2018... Публикация РИНЦ.

Особенности использования политической рекламы в избирательной кампании по выборам Президента К.Собчак - Сборник статей V Международной научно-практической конференции «Экономика и управление в XXI веке: стратегии устойчивого развития» (5 июня 2018 г.). Публикация РИНЦ.

Комплекс маркетинга – как основа реализации стратегии маркетинга - Современное состояние и перспективы развития: сборник статей XV Международной студенческой научно-практической конференции. – Екатеринбург: Издательство «ИМПРУВ», 2018.. Публикация РИНЦ.

Оценка товарного ассортимента с учетом внешних и внутренних факторов - Новые информационные технологии в науке: Сборник статей Международной научно-практической конференции. – Челябинск: МЦИИ ОМЕГА САЙНС, 2018.. Публикация РИНЦ.

Особенности маркетинга услуг - Проблемы и перспективы развития науки в России и мире: сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции. Ч 1. – Стерлитамак: Агентство международных исследований, 2018.. Публикация РИНЦ.

Конкуренция на рынке - Проблемы и перспективы развития науки в России и мире: сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции. Ч 1. – Стерлитамак: Агентство международных исследований, 2018.. Публикация РИНЦ.

Деятельность международных компаний: российский опыт - Экономические науки. Современное состояние и перспективы развития: сборник статей XIV Международной студенческой научно-практической конференции. - Екатеринбург: Издательство "ИМПРУВ", 2018. Публикация РИНЦ.

Систематическая ошибка выжившего, международный опыт - Экономические науки. Современное состояние и перспективы развития: сборник статей XIV Международной студенческой научно-практической конференции. - Екатеринбург: Издательство "ИМПРУВ", 2018. Публикация РИНЦ.

Автобусная остановка как носитель рекламной информации: зарубежный опыт - WORLD SCIENCE: PROBLEMS AND INNOVATIONS: сборник статей XIX Международной научно-практической конференции. В 3 ч. Ч.2. - Пенза: МЦНС "Наука и Просвещение". - 2018. Публикация РИНЦ.

Значение стратегического планирования в международном маркетинге - Экономический рост: проблемы, закономерности, перспективы: сборник статей II Международной научно-практической конференции / Под общ. ред. Г.Ю. Гуляева - Пенза: МЦНС "Наука и Просвещение". - 2018. Публикация РИНЦ.

Международная маркетинговая среда США - Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей XVI Международной научно-практической конференции. В 2 ч. Ч. 1 - Пенза: МЦНС "Наука и Просвещение". - 2018. Публикация РИНЦ.

Способы продвижения в социальной сети «Инстаграм» - Формирование финансово-экономических условий инновационного развития: сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции (Саратов, 17 апреля 2018 г.). - Стерлитамак: АМИ, 2018. Публикация РИНЦ.

Способы продвижения в социальной сети «Одноклассники» - Формирование финансово-экономических условий инновационного развития: сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции (Саратов, 17 апреля 2018 г.). - Стерлитамак: АМИ, 2018. Публикация РИНЦ.

Таргетированная реклама как средство продвижения в социальной сети "Вконтакте" - Современные проблемы науки и пути их решения: сборник научных статей. Выпуск 34. / - Уфа: ОМЕГА САЙНС, 2017. Публикация РИНЦ.

Способы продвижения в социальной сети «Tumblr» - Инструменты и механизмы современного инновационного развития: сборник статей Международной научно-практической конференции (5 декабря 2017 г., г. Пермь). В 5 ч. Ч.1 / - Уфа: АЭТЕРНА, 2017, стр. 135-137. Публикация РИНЦ.

Маркетинг в организации малого бизнеса: состояние, проблемы и направления совершенствования - Проблемы и перспективы реализации системы государственно-частного партнерства: сборник статей Международной научно-практической конференции (25 мая 2018 г., г. Пермь). - Уфа: ОМЕГА САЙНС, 2018. Публикация РИНЦ.

Печатные издания как канал распространения рекламы - Инновационное развитие экономики. Будущее России: материалы и доклады V региональной научно-практической конференции. Том II. - Княгинино : НГИЭУ, 2018. Публикация РИНЦ.

Определение массовой коммуникации и ее функции в современном обществе - Инновационное развитие экономики. Будущее России: материалы и доклады V региональной научно-практической конференции. Том II. - Княгинино : НГИЭУ, 2018. Публикация РИНЦ.

Определение массовой коммуникации и ее функции в современном обществе - Инновационное развитие экономики. Будущее России: материалы и доклады V региональной научно-практической конференции. Том II. - Княгинино : НГИЭУ, 2018. Публикация РИНЦ.

К вопросу об интернет-рекламе: понятие, виды, функции, достоинства и недостатки - Инновационное развитие экономики. Будущее России: материалы и доклады V региональной научно-практической конференции. Том II. - Княгинино : НГИЭУ, 2018. Публикация РИНЦ.

Процесс управления маркетингом в организации - Экономика и управление в XXI веке: стратегии устойчивого развития: сборник статей V Международной научно-практической конференции. В 2 ч. Ч. 1. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018.. Публикация РИНЦ.

Стратегический маркетинг как основа успешного бизнеса - Молодой исследователь: вызовы и перспективы: Сборник статей по материалам LXXXIII международной научно-практической конференции (14 июня 2018 г.).. Публикация РИНЦ.

Направление развития интернет-технологий в бизнесе - Экономика и управление в XXI веке: стратегии устойчивого развития: сборник статей V Международной научно-практической конференции. В 2 частях / под. ред. Гуляева Г. Ю. - Часть 1. - Пенза. – 2018. . Публикация РИНЦ.

Манипулятивные технологии в бизнесе - Рыночная трансформация экономики России: проблемы, перспективы, пути развития : сб. МНПК. Челябинск, 2018. . Публикация РИНЦ.

Реклама объектов недвижимости: состояние, особенности, направления совершенствования - Академия педагогических идей «Новация». – 2018. – №6 (июнь). – АРТ 256-эл. – 0,2 п. л. – URL: <http://akademnova.ru/page/875548>. Публикация РИНЦ.

Медиация как инструмент разрешения конфликтов в профессиональной деятельности специалиста по рекламе - Проблемы корпоративной экономики и предпринимательства : тезисы сообщений научной сессии студентов ФКЭиП НГУЭУ-2018 / под общ. Ред. Е.А. Разомасовой ; Новосиб. Гос. Ун-т экономики и управления. – Новосибирск : НГУЭ, 2018. – 172 с. Публикация РИНЦ.

Основные направления совершенствования рекламы потребительских товаров на примере «ALPEN GOLD» - Проблемы корпоративной экономики и предпринимательства : тезисы сообщений научной сессии студентов ФКЭиП НГУЭУ-2018 / под общ. Ред. Е.А. Разомасовой ; Новосиб. Гос. Ун-т экономики и управления. – Новосибирск : НГУЭ, 2018. – С. 5-7 Публикация РИНЦ.

Использование манипулятивных технологий в «продающих текстах» - Проблемы корпоративной экономики и предпринимательства : тезисы сообщений научной сессии студентов ФКЭиП НГУЭУ-2018 / под общ. Ред. Е.А. Разомасовой ; Новосиб. Гос. Ун-т экономики и управления. – Новосибирск : НГУЭ, 2018. – 172 с. Публикация РИНЦ.

К вопросу о понятии «имидж» - Проблемы корпоративной экономики и предпринимательства: тезисы сообщений научной сессии студентов ФЕЭиП НГУЭУ-2018 / под общей ред. Е.А. Разомасовой; Новосиб. гос. ун-т экономики и управления. – Новосибирск: НГУЭУ, 2018. – 172 с. (С.16-18). Публикация РИНЦ.

Продвижение как компонент комплекса маркетинга: к исследованию понятия - Проблемы корпоративной экономики и предпринимательства: тезисы сообщений научной сессии студентов ФЕЭиП НГУЭУ-2018 / под общей ред. Е.А. Разомасовой; Новосиб. гос. ун-т экономики и управления. – Новосибирск: НГУЭУ, 2018. – 172 с. (С.18-20). Публикация РИНЦ.

Влияние уровня культуры речи торгового агента на результаты продажи - Проблемы корпоративной экономики и предпринимательства : тезисы сообщений научной сессии студентов ФКЭиП НГУЭУ-2018 / под общ. Ред. Е.А. Разомасовой ; Новосиб. Гос. Ун-т экономики и управления. – Новосибирск : НГУЭ, 2018. – 172 с. Публикация РИНЦ.

Анализ жанровых особенностей статьи Антона Вебера «Благоустройству определили приоритет» - Проблемы корпоративной экономики и предпринимательства : тезисы сообщений научной сессии студентов ФКЭиП НГУЭУ-2018 / под общ. Ред. Е.А. Разомасовой ; Новосиб. Гос. Ун-т экономики и управления. – Новосибирск : НГУЭ, 2018. – 172 с. Публикация РИНЦ.

Особенности работы специалиста по рекламе в интернете - Проблемы корпоративной экономики и предпринимательства : тезисы сообщений научной сессии студентов ФКЭиП НГУЭУ-2018 / под общ. Ред. Е.А. Разомасовой ; Новосиб. Гос. Ун-т экономики и управления. – Новосибирск : НГУЭ, 2018. – С. 43-44 Публикация РИНЦ.

Значение эффективного слушания в процессе личных продаж - Проблемы корпоративной экономики и предпринимательства : тезисы сообщений научной сессии студентов ФКЭиП НГУЭУ-2018 / под общ. Ред. Е.А. Разомасовой ; Новосиб. Гос. Ун-т экономики и управления. – Новосибирск : НГУЭ, 2018. – 172 с. Публикация РИНЦ.

Исследование потенциала образовательного учреждения и его конкурентоспособности - Проблемы корпоративной экономики и предпринимательства: тезисы сообщений научной сессии студентов ФЕЭиП НГУЭУ-2018 / под общей ред. Е.А. Разомасовой; Новосиб. гос. ун-т экономики и управления. – Новосибирск: НГУЭУ, 2018. – 172 с. (С.46-48). Студентка 4 курса БРСО-41. Публикация РИНЦ.

Понятие, сущность и преимущества event-маркетинга - Проблемы корпоративной экономики и предпринимательства: тезисы сообщений научной сессии студентов ФЕЭиП НГУЭУ-2018 / под общей ред. Е.А. Разомасовой; Новосиб. гос. ун-т экономики и управления. – Новосибирск: НГУЭУ, 2018. – С. 48-50. Публикация РИНЦ.

8 правил эффективного событийного маркетинга - Проблемы корпоративной экономики и предпринимательства: тезисы сообщений научной сессии студентов ФЕЭиП НГУЭУ-2018 / под общей ред. Е.А. Разомасовой; Новосиб. гос. ун-т экономики и управления. – Новосибирск: НГУЭУ, 2018. – С. 50 - 51. Публикация РИНЦ.

Менеджмент и маркетинг в сфере культуры и искусства арт-менеджмент - Проблемы корпоративной экономики и предпринимательства : тезисы сообщений научной сессии студентов ФКЭиП НГУЭУ-2018 / под общ. Ред. Е.А. Разомасовой ; Новосиб. Гос. Ун-т экономики и управления. – Новосибирск : НГУЭ, 2018. – С. 59-60 Публикация РИНЦ.

Анализ авторского стиля Михаила Коростикова (издание «Коммерсантъ») - Проблемы корпоративной экономики и предпринимательства : тезисы сообщений научной сессии студентов ФКЭиП НГУЭУ-2018 / под общ. Ред. Е.А. Разомасовой ; Новосиб. Гос. Ун-т экономики и управления. – Новосибирск : НГУЭ, 2018. – 172 с. Публикация РИНЦ.

Маркетинговое исследование: обзор понятия - Проблемы корпоративной экономики и предпринимательства : тезисы сообщений научной сессии студентов ФКЭиП НГУЭУ-2018 / под общ. Ред. Е.А. Разомасовой ; Новосиб. Гос. Ун-т экономики и управления. – Новосибирск : НГУЭ, 2018. – С. 64-66 Публикация РИНЦ.

Использование средств манипулирования информацией в сфере бизнеса (на примере организации «Бизнес молодость» - Проблемы корпоративной экономики и предпринимательства : тезисы сообщений научной сессии студентов ФКЭиП НГУЭУ-2018 / под общ. Ред. Е.А. Разомасовой ; Новосиб. Гос. Ун-т экономики и управления. – Новосибирск : НГУЭ, 2018. – 172 с. Публикация РИНЦ.

Специфика журналистской манеры корреспондента издания «Русский репортер» Марины Ахмедовой - Проблемы корпоративной экономики и предпринимательства : тезисы сообщений научной сессии студентов ФКЭиП НГУЭУ-2018 / под общ. Ред. Е.А. Разомасовой ; Новосиб. Гос. Ун-т экономики и управления. – Новосибирск : НГУЭ, 2018. – 172 с. Публикация РИНЦ.

Внутрикорпоративный PR: сущность, роль в организации - Проблемы корпоративной экономики и предпринимательства : тезисы сообщений научной сессии студентов ФКЭиП НГУЭУ-2018 / под общ. Ред. Е.А. Разомасовой ; Новосиб. Гос. Ун-т экономики и управления. – Новосибирск : НГУЭ, 2018. – С. 94-95 Публикация РИНЦ.

Разработка стратегии брендинга компании - Проблемы корпоративной экономики и предпринимательства: тезисы сообщений научной сессии студентов ФКЭиП НГУЭУ-2018 / под общей ред. Е.А. Разомасовой; Новосиб. гос. ун-т экономики и управления. – Новосибирск: НГУЭУ, 2018. – С. 95-96. Публикация РИНЦ.

Повышение конкурентных преимуществ организаций - Проблемы корпоративной экономики и предпринимательства : тезисы сообщений научной сессии студентов ФКЭиП НГУЭУ-2018 / под общ. Ред. Е.А. Разомасовой ; Новосиб. Гос. Ун-т экономики и управления. – Новосибирск : НГУЭ, 2018. – С. 96-97 Публикация РИНЦ.

Своеобразие приемов речевого воздействия на покупателя в книге Дж. Кэмп «Сначала скажите «нет» - Проблемы корпоративной экономики и предпринимательства : тезисы сообщений научной сессии студентов ФКЭиП НГУЭУ-2018 / под общ. Ред. Е.А. Разомасовой ; Новосиб. Гос. Ун-т экономики и управления. – Новосибирск : НГУЭ, 2018. – 172 с. Публикация РИНЦ.

«Тайный покупатель» как метод определения качества обслуживания - Проблемы корпоративной экономики и предпринимательства : тезисы сообщений научной сессии студентов ФКЭиП НГУЭУ-2018 / под общ. Ред. Е.А. Разомасовой ; Новосиб. Гос. Ун-т экономики и управления. – Новосибирск : НГУЭ, 2018. – С. 113-114 Публикация РИНЦ.

Особенности речевого воздействия в СМИ (на примере проекта «Комфортная городская среда») - Проблемы корпоративной экономики и предпринимательства : тезисы сообщений научной сессии студентов ФКЭиП НГУЭУ-2018 / под общ. Ред. Е.А. Разомасовой ; Новосиб. Гос. Ун-т экономики и управления. – Новосибирск: НГУЭ, 2018. – 172 с. Публикация РИНЦ.

Политическая кампания «Единой России» на выборах в Госдуму в 2016 году - Проблемы корпоративной экономики и предпринимательства : тезисы сообщений научной сессии студентов ФКЭиП НГУЭУ-2018 / под общ. Ред. Е.А. Разомасовой ; Новосиб. Гос. Ун-т экономики и управления. – Новосибирск : НГУЭ, 2018. – С. 130-131 Публикация РИНЦ.

Манипулятивные приемы и техники в книге Глеба Архангельского «Тайм-драйв: как успевать жить и работать» - Проблемы корпоративной экономики и предпринимательства : тезисы сообщений научной сессии студентов ФКЭиП НГУЭУ-2018 / под общ. Ред. Е.А. Разомасовой ; Новосиб. Гос. Ун-т экономики и управления. – Новосибирск : НГУЭ, 2018. – 172 с. Публикация РИНЦ.

Эффективность телевидения как способ размещения рекламы - Проблемы корпоративной экономики и предпринимательства : тезисы сообщений научной сессии студентов ФКЭиП НГУЭУ-2018 / под общ. Ред. Е.А. Разомасовой ; Новосиб. Гос. Ун-т экономики и управления. – Новосибирск : НГУЭ, 2018. – С. 138-140 Публикация РИНЦ.

Исследование рекламы компании «Starbucs» - Проблемы корпоративной экономики и предпринимательства : тезисы сообщений научной сессии студентов ФКЭиП НГУЭУ-2018 / под общ. Ред. Е.А. Разомасовой ; Новосиб. Гос. Ун-т экономики и управления. – Новосибирск : НГУЭ, 2018. – С. 140-141 Публикация РИНЦ.

К вопросу о профессиональной этике журналиста - Проблемы корпоративной экономики и предпринимательства : тезисы сообщений научной сессии студентов ФКЭиП НГУЭУ-2018 / под общ. Ред. Е.А. Разомасовой ; Новосиб. Гос. Ун-т экономики и управления. – Новосибирск : НГУЭУ, 2018. – 172 с. Публикация РИНЦ.

Особенности планирования рекламной кампании - Проблемы корпоративной экономики и предпринимательства: тезисы сообщений научной сессии студентов ФКЭиП НГУЭУ-2018 / под общей ред. Е.А. Разомасовой; Новосиб. гос. ун-т экономики и управления. – Новосибирск: НГУЭУ, 2018. – С. 164-165. Публикация РИНЦ.

Event-маркетинг: понятие и преимущества - АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРАВА, ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ: сборник статей XIII Международной научно-практической конференции в 2 ч. Ч 1. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. –154-157

Подходы к пониманию задач и направлений маркетинговой деятельности - НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ: СОХРАНЯЯ ПРОШЛОЕ, СОЗДАЁМ БУДУЩЕЕ: сборник статей XV Международной научно-практической конференции в 3 ч. Ч. 3. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. С.70-73

Сущность потребительской лояльности: понятие и подходы - Современные социально-экономические процессы: проблемы, закономерности, перспективы: сборник статей IV Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. - С.244-247-диплом

Методы оценки лояльности потребителей - Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей XVI Международной научно-практической конференции. В 2 ч. Ч. 1. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. 56-59 диплом

К вопросу о понятии маркетингового потенциала предприятия - Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей XVI Международной научно-практической конференции. В 2 ч. Ч. 1. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. С. 69 - 72

О роли маркетингового потенциала в повышении конкурентоспособности предприятия - ЭКОНОМИКА И СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ, ПРАКТИКА: сборник статей II Международной научно- практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. – С.116-119.

Понятие рекламной деятельности - АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРАВА, ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ: сборник статей XIII Международной научно-практической конференции в 2 ч. Ч 1. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. – С.147-150

Понятие устойчивого развития предприятия - Евразийская экономическая конференция: сборник статей II Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. – С. 217-220.

Сущность и особенности интернет маркетинга в социальных сетях - Международная научно-практическая конференция "ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ" 20.05 2018 г. Москва Часть1. С. 74-77

Этапы выведения нового товара на рынок - Экономика и управление в XXI веке: стратегии устойчивого развития: сборник статей V Международной научно-практической конференции. В 2 ч. Ч. 1. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018–С.117-120

4С как альтернатива традиционному комплексу маркетинга - Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей XI Международной научно-практической конференции. В 3 ч. Ч. 2 – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. – С.157-161

Этапы выведения нового товара на рынок - Экономика и управление в XXI веке: стратегии устойчивого развития: сборник статей V Международной научно-практической конференции. В 2 ч. Ч. 1. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018–С.117-120

Спонсорство и благотворительность в России: понятие, характеристика, проблемы - Академия педагогических идей "Новация". - 2018. - №9.
Режим доступа : <https://s.siteapi.org/015a6a4a47a50b3.ru/docs/9br44ae6xb8kc0ogosok40swwgswso>. Публикация РИНЦ

Основные направления развития маркетинга в успешной деятельности современного малого бизнеса - Вестник современных исследований.- г.Омск, 2018.-№ 9. –С.357-360

Мотивация потребительского поведения: подходы к понятию и составляющие - Инновационное развитие современной науки: проблемы, закономерности, перспективы: сборник статей VII Международной научно-практической конференции. В 2 ч. Ч. 2. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. – С.63-65

Факторы, влияющие на поведение покупателей: понятие и существующие подходы - Инновационное развитие современной науки: проблемы, закономерности, перспективы: сборник статей VII Международной научно-практической конференции. В 2 ч. Ч. 2. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. – С.60-63

Удовлетворенность потребителя лояльность и факторы - Инновационное развитие современной науки: проблемы, закономерности, перспективы: сборник статей VII Международной научно-практической конференции. В 2 ч. Ч. 2. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. – С.51-53

Удовлетворенность потребителей товарами понятие и существующие подходы - Инновационное развитие современной науки: проблемы, закономерности, перспективы: сборник статей VII Международной научно-практической конференции. В 2 ч. Ч. 2. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. – С.57- 60

Планирование рекламной кампании - Инновационные научные исследования: теория, методология, практика Сборник статей XV Международной научно-практической конференции. - Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение», - 2018. - с. 139 - 142 [Электронный доступ] <http://naukaip.ru/wp-content/uploads/2018/10/%D0%9C%D0%9A-403-%D0%A1%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA.pdf>

Удовлетворенность потребителей политической рекламой: теоретический и эмпирический подходы к исследованию - Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей XVI Международной научно-практической конференции. В 2 ч. Ч. 1. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. С.53-56

Теоретический и эмпирический подходы к исследованию рекламы в сфере недвижимости - Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей XVI Международной научно-практической конференции. В 2 ч. Ч. 1. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. С.50-53 3.

Подходы к исследованию отношения потребителей к рекламе парфюмерной продукции - Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей XVI Международной научно-практической конференции. В 2 ч. Ч. 1. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. С.196-199

Исследования рекламы в политической сфере - Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей XVI Международной научно-практической конференции. В 2 ч. Ч. 1. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. С.225-228

Концептуальный подход к исследованию мнения респондентов о рекламе парфюмерии - Высокие технологии, наука и образование: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей Международной научно-практической конференции. В 2 ч. Ч. 2. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. С.76-79

Теоретический и эмпирический подходы к исследованию эффективности средств массовой информации как объекта для размещения рекламы - ЕВРАЗИЙСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ: сборник статей II Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. - С.72-75

Исследования социальной рекламы - Форум молодых ученых. Международный научно-практический журнал. 2018. №10 (26)

Методы исследования имиджа организации - European Scientific Conference: сборник статей XI Международной научнопрактической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. С.227-230

Основные проблемы продвижения нового товара на рынок в рамках культурных традиций народа - Вестник современных исследований.- Омск, 2018.-№ 9 - 4 (24). –С.213-216

Исследование реальных и потенциальных конкурентов организации: состояние, проблемы, рекомендации по повышению конкурентоспособности - Вестник современных исследований.- Омск, 2018.-№ 9 - 4 (24). – С.238-242

Особенности функционирования массовой коммуникации в настоящее время - Научное сообщество студентов XXI столетия. ОБЩЕСТВЕННЫЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. LXX междунар. студ. науч.-практ. конф. № 10(69). URL: [https://sibac.info/archive/social/10\(69\).pdf](https://sibac.info/archive/social/10(69).pdf)

Управление маркетинговой деятельностью организации: состояние, проблемы, направления совершенствования - Вестник современных исследований.- Омск, 2018.-№ 9 - 4 (24). – С.238-242 2.

Интернет-маркетинг: подходы к понятию, задачи, преимущества и перспективы развития - Экономика и бизнес. Теория и практика. 2018. № 9. С. 132-136 3.

Особенности управления конкурентоспособностью торговой организации - Экономика и бизнес. Теория и практика. 2018. № 9. С. 150-154

Исследование рекламы товаров бытовой химии на примере рекламы товаров P&G - Форум молодых ученых. Международный научно-практический журнал. 2018. №10 (26).

Исследование отношения потребителей к рекламе молочных продуктов - Форум молодых ученых. Международный научно-практический журнал. 2018. №10 (26)

Печатные издания как канал распространения рекламы - Инновационное развитие экономики. Будущее России // материалы и доклады V Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. 2018. С. 8-11. <https://elibrary.ru/item.asp?id=36268198>

Сущность потребительской лояльности: понятие и подходы - Современные социально-экономические процессы: проблемы, закономерности, перспективы: сборник статей IV Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. - С.244-247

Event-маркетинг: понятие и преимущества - АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРАВА, ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ: сборник статей XIII Международной научно-практической конференции в 2 ч. Ч 1. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. –154-157

Методы исследования имиджа организации - European Scientific Conference: сборник статей XI Международной научнопрактической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. С.227-230

Брендинг: стратегии вывода нового товара на рынок - WORLD SCIENCE: PROBLEMS AND INNOVATIONS: сборник статей XXI Международной научно-практической конференции. В 4 ч. Ч. 2. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. С. 77-79

Понятие бренда в популярных категориях и определениях - Экономика, управление, финансы: теория и практика: сборник материалов 1-ой международной очно-заочной научно-практической конференции, 15 ноября, 2018 – Москва: Издательство НИЦ «Империя», 2018. – С.204-206.

Влияние культурных факторов на формирование концепции маркетинга компаний// - Экономика, управление, финансы: теория и практика: сборник материалов 1-ой международной очно-заочной научно-практической конференции, 15 ноября, 2018 – Москва: Издательство НИЦ «Империя», 2018. –С.200-203.

Особенности продвижения детских товаров на рынок // - Экономика и современный менеджмент: теория, методология, практика: сборник статей IV международной научно-практической конференции, 10 ноября, 2018 г. Пенза. – С. 101-103.

European Scientific Conference: сборник статей XII международной научно-практической конференции. В 2 ч. Ч.2. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. – 194 с.

Особенности стимулирования сбыта в организациях розничной торговли// Научны аспект. 2018. Т. 1. № 3. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://na-journal.ru/3-2018-gumanitarnye-nauki/1201-osobennosti-stimulirovaniya-sbyta-v-organizacijah-rozничной-torgovli>

Оценка уровня удовлетворенности потребителей - Академия педагогических идей «Новация». - 2018. №8. С.138-140 РИНЦ

Удовлетворенность потребителей товарами: состояние, проблемы и пути повышения - Академия педагогических идей «Новация». - 2018. №8. С.134-137 РИНЦ

Мотивация покупательского поведения: понятие и значимость изучения - Инновационное развитие современной науки: проблемы, закономерности, перспективы: сборник статей VII Международной научно-практической конференции. В 2 ч. Ч. 2. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. С. 104-107

Особенности использования мерчендайзинга для повышения конкурентоспособности предприятия розничной торговли - Экономика и бизнес. Теория и практика. 2018. № 9. С. 74-79

Особенности предпринимательской деятельности с использованием технологии Интернет-маркетинга - Студенческая международная научно-практическая конференция «Научное сообщество студентов XXI столетия. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ». - 2018. - номер LXXI. – с. 6-11.

Социальные медиа в продвижении организации: состояние, проблемы и направления совершенствования - Студенческая международная научно-практическая конференция «Научное сообщество студентов XXI столетия. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ» . - 2018. - номер LXXI. – с. 43-50.

Продвижение бренда в Интернете: этапы SEO-продвижения - Тезисы опубликованы в электронном научном журнале **«Форум молодых ученых»**, выпуск № 12(28) (декабрь, 2018)

Публикации **2019**

1	Ахвелидиан И.Д., 2 курс магистратуры, мМУБ71, менеджмент	Исследование удовлетворенности клиентов агентства недвижимости Жилфонд	0,3	Экономика и бизнес. Теория и практика. 2019. № 9. С. 51-55	Воловская Н.М., д. социол. н., проф.
2	Агеева Н.А., 2 курс магистратуры, мМУБ71, менеджмент	Лояльность потребителей: результаты маркетингового исследования	0,3	Экономика и бизнес. Теория и практика. 2019. № 10-1 (56). С. 78-81	Воловская Н.М., д. социол. н., проф.
	Худякова А.М. 2 курс магистратуры, мМУБ71, менеджмент	Маркетинговые коммуникации в аспекте реализации программы продвижения	0,3	Экономика и бизнес. Теория и практика. 2019. № 4-2. С. 48-51	Воловская Н.М., д. социол. н., проф.
	Уличев А.С. 2 курс магистратуры, мМУБ71, менеджмент	Удовлетворенность потребителей продуктом (по материалам маркетингового исследования)	0,3	Экономика и бизнес. Теория и практика. 2019. № 5-1. С. 105-109	Воловская Н.М., д. социол. н., проф.
	Агеева Н.С. 2 курс магистратуры, мМУБ71, менеджмент	Маркетинговые инструменты формирования потребительской лояльности	0,3	Экономика и бизнес. Теория и практика. 2019. № 5-1. С. 14-19	Воловская Н.М., д. социол. н., проф.
	Калинина Ю.А. 2 курс магистратуры	Рекомендации по совершенствованию	0,1	Экономика и управление в XXI века: стратегии устойчивого развития: сборник научных статей. - Пенза, 2018. - С. 56-58.	Харламовой И.Ю., к. экон. н., доц

	ры, мМУБ71, менедж-мент	нию коммуникацион ной деятельности компании "KALINA CAKES"			
1	Исмайылов С.Ш. 4 курс, гр. РС0501, Реклама и связис обще-ственн о-стью	Анализ направлений работы современных пресс-служб (на примере ПАО «ГАЗПРОМ»)	0,2	Академическая публицистика : электронный научный журнал. 2019. № 2. С.90-92.	Романова Н.Г., канд. фи-лол. наук, доцент
	Андреева М.А. 3 курс, гр. 4РС061, Реклама и связис общественно стью	Реклама на рынке потребительски х товаров на примере компании «Alpen gold»	0,2	Внедрение результатов инновационных разработок: проблемы и перспективы: сборник статей Международной научно-практической конференции (10 января. 2019 г, г. Казань). - Уфа: Аэтерна, 2019. – с. 63-65	Черникова Е.В., старший преподавате ль
	Исадченко А.В. 3 курс, гр. 4РС061, Реклама и связис общественно стью	Социально - психологически е особенности рекламной деятельности	0,2	Инновационные исследования: проблемы внедрения результатов и направления развития: сборник статей Международной научно-практической конференции (20 января 2019 г, г. Пермь). В 2 ч. Ч. 1 / - Уфа: Аэтерна, 2019. –с.172 – 174.	Черникова Е.В., старший преподава-т ель
	Цзинцзин С., 2 курс магистратур ы, гр. мМУБ701, Реклама и связи с общественно стью	Выявление факторов, формирующих спрос на рынке грузоперевозок автомобильным транспортом в России	0,4	Вестник науки: Актуальные вопросы современной науки / Сборник статей по материалам XX международной научно-практической конференции (11 апреля 2019 г, г. Томск). В 2 ч. Ч.2 / - Уфа: Изд. Дендера, 2019. – С. 145-150	Теренина Н.Л., канд. экон. наук, доцент

Кулишова М.П., 3 курс, гр. 4РСО61, Реклама и связис обще-ственн о-стью	Социально - психологически е особенности рекламной деятельности	0,2	Информация как двигатель научного прогресса: сборник статей Международной научно-практической конференции (25 января 2019 г, г. Волгоград). - Уфа: Аэтерна, 2019. – с. 265-267	Чернико-ва Е.В., старший препода-ва-тель
Дуппер В.Ф. 4 курс, гр. РСО51, Реклама и связис обще-ственн о-стью	Создание рекламного продукта на основе концепции УТП: технологии, проблемы	0,2	Научный журнал- М: Изд. Проблемы науки, 2019. –№ 3 (37). С. 66-67.	Чернико-ва Е.В., старший препода-вател ь
С. Цзинц-зин, 2 курс ма-гистрату-ры, гр. мМУБ701, Реклама и связис обще-ственн о-стью	Управление маркетингом транспортно-лог истической компании	0,2	Инновации в науке и практике / Сборник статей по материалам XVI международной научно-практической конференции (17 апреля 2019 г, г. Барнаул). В 3 частях. Ч 2 / - Уфа: Изд. Дендера, 2019. – С. 207-213.	Теренина Н.Л., канд. экон. наук, доцент
Сурикова М.С., 5 курс, ст. гр. РСО41, реклама и связис общественно стью.	Планирование PR-кампании	0,2	Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей XXIII Международной научно-практической конференции 15/05/2019. В 2 ч. Ч. 2. – Пенза: МЦНС «Наука и просвещение» . - 2019. - С. 15-19.	Чернико-ва Е.В., старший препода-вател ь
Коньшева А.П., 5 курс, ст. гр. РСО41, реклама и связис	Планирование рекламной кампании	0,2	//Научные достижения и открытия современной молодежи: сборник статей VIII Международной научно-практической конференции 17/05/2019.– Пенза: МЦНС «Наука и просвещение» . - 2019. - С. 323-326.	Чернико-ва Е.В., старший препода-вател ь

обще-степенно-стью.				
Сапина А. А. 3 курс, гр. РСО601, Реклама и связис обще-степенно-стью	Функции массовых коммуникаций в современном обществе	0,2	Сборник статей по материалам I международной научно-практической конференции "Фундаментальные и прикладные исследования: актуальные вопросы современной науки, достижения и инновации" (27 апреля 2019 г., г. Уфа). В 2 ч. Ч.1/ Уфа: Изд. НИЦ Вестник науки, 2019. - С. 178-181.	Харламова И.Ю., канд. экон. наук, доцент
Петраш К.Д. 3 курс, гр. РСО601, Реклама и связис обще-степенно-стью	Концептуальны й подход к определению сущности средств массовой коммуникации	0,2	Высокие технологии, наука и образование: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей III Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. – с.170-172.	Харламо-ва И.Ю., канд. экон. наук, до-цент
Пынзарь В.С. 2 курс, гр. Э705, экономика	Проблемы вхождения на рынок нового товара	0,3	Экономика, управление и право: инновационное решение проблем: Сб. ст. XVIII Международной научной-практической конференции, 20 мая 2019. — Пенза: МЦНС «Наука и просвещение», 2019. — С. 84-87. РИНЦ	Сваровская Е.Б., канд. филос. наук, доцент
Чернавина М.Ю., 5 курс, ст. гр. РСО41, реклама и связи с обще-степенно-стью.	Рекламное стимулирование на примере магазина	0,5	Педагогика и психология в науке и образовании: теоретико-методологические подходы и практические результаты исследований: сборник трудов II международной научно-практической медиа конференции. – Н. Новгород: НИЦ «Открытое знание». – 2019. – с. 29-34.	Чернико-ва Е.В., старший препода-вате ль
Лапина О.И., 5 курс, ст. гр. РСО41, реклама и связи с обще-степенно-стью.	Организация и планирование PR-кампании	0,3	European Scientific Conference: сборник статей XV Международной научнопрактической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. – с. 106-109.	Чернико-ва Е.В., старший препода-вате ль
Татевосян Ж.С., 5 курс, ст. гр.		0,2	Организация и проведение кампаний в рекламе и связях с общественностью // Инновационные подходы в отраслях и сферах. – 2019. - №4. (электронное издание)	Чернико-ва Е.В., старший

PCO41, реклама и связи с общественно- стью.					преподаватель
Чернавина М.Ю., 5 курс, ст. гр. PCO41, реклама и связи с общественно- стью.	Development of an advertising campaign on the example of a specialized store	0,4	Economics, management, finance in the view of modern research: materials of the III international research and practice media conference March 31th , 2019, Prague, Czech Republic: Scientific publishing center "Open knowledge", 2019.– с. 14-19.		Черникова Е.В., старший преподаватель
Ломаева О.И., 5 курс, ст. гр. PCO41, реклама и связи с общественно- стью	Разработка общей концепции рекламной и PR-кампании для коммерческого сектора	0,3	Современная наука: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей VII Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. – с. 80-83.		Черникова Е.В., старший преподаватель
Ефремов Д.А. 3 курс, гр. PCO601, Реклама и связи с общественно- стью	Интернет как система массовых коммуникаций	0,2	Сборник статей по материалам международной научно-практической конференции: Инновационные научные исследования в современном мире. – Уфа: НИЦ Вестник науки, 2019. – С. 32-35.		Харламова И.Ю., канд. экон. наук, доцент
Логинова В.С. 3 курс, гр. PCO601, Реклама и связи с общественно- стью.	Особенности разработки рекламного продукта для наружной рекламы	0,2	Сборник статей XXI международной научно-практической конференции: Инновационные научные исследования: теория, методология, практика. – Пенза: МЦНС «Наука и просвещение», 2019. – С. 52-55		Харламова И.Ю., канд. экон. наук, доцент
Немцев А.С. 3 курс, гр. PCO601, Реклама и	Радио как средство массовых коммуникаций	0,2	Сборник статей по материалам научно-практической конференции: Инновационные научные исследования в современном мире. – Уфа: НИЦ Вестник науки», 2019. – С. 76-78.		Харламова И.Ю., канд. экон. наук, доцент

связис обще-ственн о-стью				
Шаврова К.А. 3 курс, гр. РС0601, Реклама и связис обще-ственн о-стью	Особенности разработки интернет-рекла мы	0,2	Сборник статей XXXII Международной научно-практической конференции: WORLD SCIENCE: PROBLEMS AND INNOVATIONS. – Пенза: МЦНС «Наука и просвещение», 2019. – С. 140-142.	Харламова И.Ю., канд. экон. наук, доцент
Душарина Е. Ю. 2 курс магистратур ы, гр. мМУБ 82, Менеджмент	Соотношение понятий «корпоративная культура» и «организационна я культура»	0,3	Экономика и бизнес. Теория и практика. 2019. № 9. С. 78-81	Воловская Н.М., д. социол. н., проф., проф.
Душарина Е. Ю. 2 курс магистратур гр. мМУБ 82, Менеджмент	Теоретические аспекты формирования корпоративной культуры	0,3	Экономика и бизнес. Теория и практика. 2019. № 9. С.81 -84	Воловская Н.М., д. социол. н., проф.
Манасыпова М.З., 4 курс, гр. ЗМК51, Торговое дел	Особенности маркетинговой деятельности коммерческого банка в кризисных условиях	0,2	Аллея науки №11 ноябрь 2018. Электронное периодическое издание https://alley-science.ru/domains_data/files/5November2018/OSOBENNOSTI%20MARKETINGOVOY%20DEYATELNOSTI%20KOMMERCHESSKOGO%20BANKA%20V%20KRIZISNYH%20USLOVIYAH.pdf	Волов-ская Н.М., д. социол. н., проф.
Щёка К.В., 4 курс, гр. ЗМК51, Торговое дел	Особенности конкурентных стратегий на рынке мясной продукции	0,3	Экономика и бизнес. Теория и практика. 2018. № 10-2. С. 126-130	Волов-ская Н.М., д. социол. н., проф.
Артамонова А.А. 2 курс, СЦ701, Социология	Проблемы развития малого и среднего предпринимател ьства в	0,3	Интеллектуальный потенциал Сибири: 27-я Региональная научная студенческая конференция (г. Новосибирск, 23-25 сентября 2019 г.): сборник научных трудов: в 2 частях / Под ред. Соколовой Д.О. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2019, с. 137-140.	Гениберг Т.В к. экон.н., доцент

		Новосибирской области			
Брускова В.С., Иванова Р.А., 2 курс, СЦ701, Социоло-гия	Исследование развития офисной недвижимости в Новосибирске	0,2	Интеллектуальный потенциал Сибири: 27-я Региональная научная студенческая конференция (г. Новосибирск, 23-25 сентября 2019 г.): сборник научных трудов: в 2 частях / Под ред. Соколовой Д.О. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2019, с. 143-145.	Гениберг Т.В., к. экон.н., доцент	
Васильева В.И. 2 курс, СЦ701, Социоло-гия	Оценка эффективности колл-центров в активных продажах	0,2	Интеллектуальный потенциал Сибири: 27-я Региональная научная студенческая конференция (г. Новосибирск, 23-25 сентября 2019 г.): сборник научных трудов: в 2 частях / Под ред. Соколовой Д.О. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2019, с. 147-149.	Гениберг Т.В., к. экон.н., доцент	
Коваленко В.И., Кочинова М.В., 2 курс, СЦ701, Социология	Исследование и анализ тенденций развития рынка чая в России	0,2	Интеллектуальный потенциал Сибири: 27-я Региональная научная студенческая конференция (г. Новосибирск, 23-25 сентября 2019 г.): сборник научных трудов: в 2 частях / Под ред. Соколовой Д.О. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2019, с. 160-162.	Гениберг Т.В., к. экон.н., доцент	
Чепелев А.А. 2 курс, СЦ701, Социология	Оценка эффективности инвестиций в золото	0,3	Интеллектуальный потенциал Сибири: 27-я Региональная научная студенческая конференция (г. Новосибирск, 23-25 сентября 2019 г.): сборник научных трудов: в 2 частях / Под ред. Соколовой Д.О. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2019, с. 189-193.	Гениберг Т.В., к. экон.н., доцент	
Безуглов О.Д., 2 курс, гр. РС0701, Реклама и связис общественно стью	Анализ журналисткой манеры Андрея Уродова (журнал «Россия без нас»)	0,3	Научное сообщество студентов: МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: сб. ст. по мат. LX междунар. студ. науч.-практ. конф. № 1(60).	Романова Н.Г., канд. филол. наук, доцент, доцент	
Дроздова Е.Д., 2 курс, гр. РС0701, реклама и связис общественно стью	Известность бренда: состояние и проблемы (по материалам маркетингового исследования)	0,3	Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей XXVIII Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019.- С. 47-51	Волов-ская Н.М., д. социол. н., проф.	
Костенкова А.А., 2 курс,	Исследование удовлетворённно	0,3	Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей XXVIII Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019.- С. 43-47	Волов-ская Н.М., д.	

гр. РС0701, реклама и связи с обществом	сти потребителей: состояние и проблемы				социол. н., проф.
Рымар К.А. 2 курс, гр. РС0701, реклама и связи с обществом	Исследование имиджа и репутации организации	0,3	Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей XXVIII Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019.- С. 51-55		Воловская Н.М., д. социол. н., проф.
Мозговая Н.А., 4 курс, ЗМК61, Торговое дело	Этапы плана развития фирменной торговли (на примере ооо «Компания нск»)	0,3	Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей XXX Международной научно-практической конференции (25.09). – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. С.13-16		Воловская Н.М., д. социол. н., проф., проф.
Абдуллаева К.А., 4 курс, ЗМК61, Торговое дело	Оценка конкурентоспособности организации (на примере ООО «Артдвери»)	0,3	Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей XXX Международной научно-практической конференции (25.09). – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. С.16-19		Воловская Н.М., д. социол. н., проф., проф.
Родионов П.М., 2 курс, гр. РС0701, Реклама и связи с обществом	Исследование лояльности потребителей к торговой марке и к ее рекламе	0,3	Экономика, бизнес и право в новых условиях: сборник статей Международной научно-практической конференции.(20 сентября) – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. С.29-34		Воловская Н.М., д. социол. н., проф., проф.
Гапанович Е.Р. 2 курс, гр. РС0701, Реклама и связи с обществом	Исследование имиджа в сфере услуг на примере кафе-кондитерской	0,3	Сборник статей XXI Международной научно-практической конференции «WORLD SCIENCE: PROBLEMS AND INNOVATIONS» В 4 ч. Ч. 4. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. – С. 159-163		Воловская Н.М., д. социол. н., проф., проф.

Морозова А.С. 2 курс, гр. РСО 701, Реклама и связи с общественностью	Исследование известности торговой марки у потребителей на примере «Coca-Cola»	0,3	Сборник статей XXI Международной научно-практической конференции «WORLD SCIENCE: PROBLEMS AND INNOVATIONS» В 4 ч. Ч. 4. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. – С.167-170	Воловская Н.М., д. социол. н., проф., проф.
Любченко А.С. 2 курс, гр. РСО 701, Реклама и связи с общественностью	Исследование конфликтности в коллективе	0,3	Сборник статей XXI Международной научно-практической конференции «WORLD SCIENCE: PROBLEMS AND INNOVATIONS» В 4 ч. Ч. 4. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. – С.177-181	Воловская Н.М., д. социол. н., проф., проф.
Залепаев В.Д. 2 курс, гр. РСО 701, Реклама и связи с общественностью	Исследование известности торговой марки и ее рекламы на примере компании Honor (Huawei)	0,3	Сборник статей XXI Международной научно-практической конференции «WORLD SCIENCE: PROBLEMS AND INNOVATIONS» В 4 ч. Ч. 4. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. – С.134-137 5.	Воловская Н.М., д. социол. н., проф., проф.
Тимонина А.В. 2 курс, гр. РСО 701, Реклама и связи с общественностью	Исследование восприятия потребителями нового товара и его рекламы на примере йогуртового коктейля Даниссимо Shake&Go	0,3	Сборник статей XXI Международной научно-практической конференции «WORLD SCIENCE: PROBLEMS AND INNOVATIONS» В 4 ч. Ч. 4. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. – С.156-159 6.	Воловская Н.М., д. социол. н., проф., проф.
Белкина Е.А. 2 курс, гр. РСО 701, Реклама и связи с общественностью	Мотивация покупательского поведения: состояние, проблемы, направления совершенствования на примере	0,3	Экономика, бизнес, инновации: сборник статей VIII Международной научно-практической конференции. В 2 ч. Ч. 1. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. – С.80-84	Воловская Н.М., д. социол. н., проф., проф.

		торговой марки Nike			
Дрейлинг Э.А. 2 курс магистратуры, гр. мМУБ71, менеджмент	Модель изучения удовлетворенности потребителей и характеристика ее основных составляющих	0,2	ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ: сборник статей VIII Международной научно-практической конференции. В 2 ч. Ч. 1. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. – С.92-95	Воловская Н.М., д. социол. н., проф., проф.	
Шлюкова Е.А. 2 курс гр.РСО70, Реклама и связи с общественностью	Исследование осведомленности и узнаваемости бренда: состояние и проблемы	0,3	Актуальные вопросы права, экономики и управления: сборник статей XX Международной научно-практической конференции. В 2 ч. Ч. 1. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. – С. 82-86	Воловская Н.М., д. социол. н., проф., проф.	
Дрейлинг Э.А. 2 курс магистратуры, гр. мМУБ71, менеджмент	Основные направления по повышению удовлетворенности потребителей в автосалоне	0,2	Актуальные вопросы права, экономики и управления: сборник статей XX Международной научно-практической конференции. В 2 ч. Ч. 1. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. – С. 97-100	Воловская Н.М., д. социол. н., проф., проф.	
Гришанова С.О., 4 курс, ЗМК61, Торговое дело	Стратегия продвижения товаров ооо «Медпроминвест»	0,2	Экономика, бизнес и право в новых условиях: сборник статей Международной научно-практической конференции.(20 сентября) – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. С.34-38	Воловская Н.М., д. социол. н., проф., проф.	
Федорова А.П., 3 курс магистратуры, гр. мМУБ71, Менеджмент	Актуальные проблемы выбора эффективной стратегии выведения нового товара на рынок	0,2	Экономика, бизнес и право в новых условиях: сборник статей Международной научно-практической конференции.(20 сентября) – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. С.38-46	Воловская Н.М., д. социол. н., проф., проф.	

Гофман Е.И., 3 курс магистратур ы, гр. мМУБ71, Менедж-мен т	Исследование отношения покупателей к сервису в организации	0,2	Актуальные вопросы права, экономики и управления: сборник статей XXII Международной научно-практической конференции (10 октября 2019). – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. С.33-36	Воловская Н.М., д. социол. н., проф., проф.
Зими́на А.В., 3 курс магистратур ы, гр. мМУБ71, Менеджмент	8 правил успешного event-мероприят ия	0,2	WORLD SCIENCE: PROBLEMS AND INNOVATIONS: сборник статей XXXV Международной научно-практической конференции – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение» (30 сентября). – 2019. С.85-88	Воловская Н.М., д. социол. н., проф., проф.
Цветкова Е.Е., 3 курс магистратур ы, гр. мМУБ71, Менеджмент	Исследование мотивации покупательского поведения в ООО холдинговой компании «Группа компаний «Стрижи»	0,2	Экономика, бизнес, инновации: сборник статей X Международной научно-практической конференции (15 октября). – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. С. 23-26.	Воловская Н.М., д. социол. н., проф., проф.
Можонова В. В., 3 курс, гр. ЗМК61, Торговое дело	Ассортиментная политика: подходы, понятие и её составляющие	0,2	WORLD SCIENCE: PROBLEMS AND INNOVATIONS: сборник статей XXXVI Международной научно-практической конференции (30 октября 2019) – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019.С.92-95	Воловская Н.М., д. социол. н., проф., проф.
Снежкова А.В., 3 курс, гр. ЗМК61, Торговое дело	Динамический метод – современный объективный ориентир конкурентоспос обности компаний	0,2	Научное сообщество студентов: МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: сб. ст. по мат. LXXVIII междунар. студ. науч.-практ. конф. № 19(78).	Воловская Н.М., д. социол. н., проф., проф.

Давыдов С.А., 3 курс, гр. 3МК61, Торговое дело	Виды стратегий ценообразования продукта	0,2	Научное сообщество студентов: МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: сб. ст. по мат. LXXVIII междунар. студ. науч.-практ. конф. № 19(78).	Воловская Н.М., д. социол. н., проф., проф.
Головин В.О., 3 курс, гр. 3МК61, Торговое дело	Сравнение информационных материалов в моделях В2В И В2С	0,2	Научное сообщество студентов: МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: сб. ст. по мат. LXXVIII междунар. студ. науч.-практ. конф. № 19(78).	Воловская Н.М., д. социол. н., проф., проф.
Рудякова В.В., 3 курс, гр. 3МК61, Торговое дело	Конкурентная стратегия ООО «Хитэк-сибирь»	0,2	Экономика в теории и на практике: актуальные вопросы и современные аспекты: сборник статей Международной научно-практической конференции (5 сентября). – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. – С.16-20	Воловская Н.М., д. социол. н., проф., проф.
Худякова А.М. 3 курс магистратуры, гр. мМУБ71, Ме-неджмент	Анализ коммуникационной деятельности центра молодежного инновационного творчества	0,3	Высокие технологии, наука и образование: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей IV Всероссийской научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. – С.123-127	Воловская Н.М., д. социол. н., проф., проф.
Гусельников В.М., 3 курс, гр. 3МК61, Торговое дело	Сбытовая политика: понятие, этапы и задачи	0,2	Экономика в теории и на практике: актуальные вопросы и современные аспекты: сборник статей II Международной научнопрактической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. С. 37-40	Воловская Н.М., д. социол. н., проф., проф.
Плотникова А.В., 3 курс магистратуры, гр. мМУБ71в, Менеджмент	Статистические исследования группы в контакте по охвату аудитории онлайн - школы DREAM – SCHOOL	0,2	Прорывные научные исследования как двигатель науки: сборник статей Международной научно-практической конференции. г. Уфа 11 ноября – 2019. – с. 265-267	Теренина Н.Л., к. экон. н., доцент, доцент

Плотникова А.В., 3 курс магистратуры, гр. мМУБ71в, Ме-неджмент	Исследование качества предоставляемых услуг онлайн школы DREAM – SCHOOL	0,2	Проблемы методологии и опыт практического применения синергетического подхода в наук: сборник статей Международной научно-практической конференции. г. Уфа 27 октября – 2019. – с. 75-79 –	Теренина Н.Л., к. экон. н., доцент, доцент
Иванова О.Д., 2 курс магистратуры, гр. мМУБ81, Ме-неджмент	Маркетинг территорий: современные цели, задачи и принципы развития	0,4	Актуальные вопросы современной науки / Сборник статей по Материалам международной конференции (20 ноября 2019 г., г. Уфа). В 3 ч. Ч.2/ – Уфа: Изд. НИЦ Вестник науки, 2019. – с. 111-117	Теренина Н.Л., к. экон. н., доцент, доцент
Иванова О.Д., 2 курс магистратуры, гр. мМУБ81, Ме-неджмент	Сравнительная характеристика методов оценки инвестиционной привлекательности территорий	0,2	Инновационные подходы в решении научных проблем / Сборник статей по материалам международной научно-практической конференции (14 ноября 2019 г., г. Уфа). / – Уфа: Изд. НИЦ Вестник науки, 2019. – с.	Теренина Н.Л., к. экон. н., доцент, доцент
Глазунова В.А. 2 курс магистратуры, гр. мМУБ81, Менеджмент	К вопросу об оценке потребительской лояльности	0,2	Инновационные подходы в решении научных проблем /Сборник статей по материалам международной научно-практической конференции (14 ноября 2019 г. г. Уфа). / - Уфа: Изд. НИЦ Вестник науки, 2019. – 307 с. (С.125-129).	Плюснина Л.К., д. социол. н., доцент, профессор
Иваненко А.И. 2 курс магистратуры, гр. мМУБ81, Менеджмент	Дополнительное образование детей в условиях рынка	0,2	Научные достижения и открытия современной молодежи /Сборник статей IX международной научно-практической конференции, состоявшейся 17 ноября 2019 г. г. Пенза. – Пенза, МЦНС «Наука и просвещение», 2019. – 110 с. (С.95-99).	Плюснина Л.К., д. социол. н., доцент, профессор

Иваненко А.И. 2 курс магистратуры, мМУБ81, Менеджмент	Вопросы развития рынка эдьютейнмента в России	0,2	Современная экономика: Актуальные вопросы, достижения и инновации /Сборник статей XXXII международной научно-практической конференции, состоявшейся 27 ноября 2019 г. г. Пенза. – Пенза, МЦНС «Наука и просвещение», 2019. С.193-196.	Плюснина Л.К., д. социол. н., до-цент, профессор
Великоростова Г.В. 3 курс, 4PCO71, реклама и связис общественностью	Особенности PR-деятельности в музеях	0,2	Студенческий научный журнал. - Новосибирск: Сибак. – 2019. – №24 (68). - С.39-41.	Черникова Е.В., старший преподаватель
Атькова К. С. 3 курс, 4PCO71, реклама и связис общественностью	Имидж организации и его правовая защита	0,2	Молодой ученый. — 2019. — №39. — URL https://moluch.ru/archive/277/62599	Черникова Е.В., старший преподаватель
Козеродова А.В. 2 курс, Гр. мМУБ71в, менеджмент	О роли социальных сетей в продвижении товаров и услуг предприятия	0,3	Экономика в теории и на практике: актуальные вопросы и современные аспекты: сборник статей Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019.С. 20-24	Воловская Н.М., д. социол. н., проф., проф.
Козеродова А.В. 2 курс, Гр. мМУБ71в, менеджмент	Продвижения услуги дизайн интерьера в социальной сети instagram: основные рекомендации	0,2	Экономика и современный менеджмент: теория, методология, практика: сборник статей VII Международной научнопрактической конференции (5 октября). – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. С.48-51	Воловская Н.М., д. социол. н., проф., проф.
Терехова А.Е. 2 курс магистратуры гр.	Зависимость между уровнем благосостояния населения и	0,2	Научный журнал "Синергия Наук" №40 (Октябрь), 2019 (электронный журнал)	Воловская Н.М., д. социол. н., проф., проф.

мМУБ71, менеджмент	поведением потребителей			
Терехова А.Е. 2 курс ма-гистратуры гр. мМУБ71, менеджмент	Поведение потребителей на рынке продовольственных товаров	0,2	Научный журнал "Синергия Наук" №40 (Октябрь), 2019(электронный журнал)	Волов-ская Н.М., д. социол. н., проф., проф.
Федорова А.П. 2 курс магистратуры, гр. мМУБ71в, менеджмент	Тенденции и перспективы развития производства мяса птицы	0,2	Современные технологии: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей XXX Международной научно-практической конференции (25 сентября2019). – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. – С.71-76	Волов-ская Н.М., д. социол. н., проф., проф.
Домнин А.Г. 3 курс, 4РСО71, реклама и связис обще-ственн о-стью	Специальные мероприятия в деятельности по связям с общественность ю: понятие, виды, технологии	0,2	Научный форум: экономика и менеджмент. — 2019. — №5 (28). – с. 12-18.	Чернико-ва Е.В., старший препода-вател ь
Михалец Т.В. 3 курс, РСО601, реклама и связис обще-ственн о-стью	Разработка рекламного продукта в интернете	0,2	Электронный журнал "Форум молодых ученых". - №10 (28). - 2019. https://forum-nauka.ru/domains_data/files/38/Mikhalets_T_V.pdf	Харламовой И.Ю., к. экон. н., доцент
Тимаков А.А. 3 курс, РСО601, реклама и связис обще-ственн о-стью	Факторы эффективности наружной рекламы	0,2	Электронный журнал "Форум молодых ученых". - №10 (28). - 2019 https://forum-nauka.ru/domains_data/files/38/Timakov_A_A.pdf	Харламовой И.Ю., к. экон. н., доцент
Шестакова А.Е. 3 курс, РСО601,	Разработка рекламного	0,2	Электронный журнал "Форум молодых ученых". - №10 (28). - 2019 https://forum-nauka.ru/domains_data/files/38/Shestakova_A_E.pdf	Харламовой И.Ю., к.

реклама и связис обще-ственн о-стью	продукта для телевидения			экон. н., доцент
Федорова А.П., 3 курс ма-гитсрату- ры, гр. мМУБ71в, Менедж-мен т	Оценка конкурентоспос обности организации	0,2	Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей XXVIII Международной научнопрактической конференции. В 2 ч. Ч. 2. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. – с. 77-81.	Теренина Н.Л., к. экон. н., доцент, доцент
Федорова А.П., 3 курс ма-гитсрату- ры, гр. мМУБ71в, Менедж-мен т	Формирование конкурентной стратегии организации	0,2	Экономика, политика, право: актуальные вопросы, тенденции и перспективы развития: сборник статей IV Международной научнопрактической конференции – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. – с. 43-45	Теренина Н.Л., к. экон. н., доцент, доцент

Публикации 2020

1.	Ушакова И.А.	Реклама в метро: состояние, проблемы, направления совершенствования	Прорывные научные исследования: проблемы, закономерности, перспективы: сборник статей XIV Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2020. С.115-117	Воловская Н.М., д. социол. н., профессор
2.	Макеева Д.О., 3 курс, гр. PCO701, Реклама и связи с общественно-стью	Исследование уровня удовлетворенности потребителей на примере рекламы «ЯНДЕКС.ЕДА» И «DELIVERYCLUB»	Прорывные научные исследования: проблемы, закономерности, перспективы: сборник статей XIV Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2020. С. 286-288	Воловская Н.М., д. социол. н., профессор
3.	Евдокимова О.С., студ. гр. мМУБ82.	Роль и место в интернет технологий в современной экономике	Современные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации. Сборник статей X Международной научно-практической конференции: в 2-х частях. 23 января 2020 г. Пенза. С 40-42.	Теренина Н.Л. канд. экон. н., доцент
4.	Евдокимова О.С. 2 курс магистратуры, гр. мМУБ82, Ме-неджмент	Анализ существующих инструментов интернет-маркетинга	Экономика в теории и на практике: актуальные вопросы и современные аспекты. Сборник статей III Международной научно-практической конференции. 25 января 2020. Г. Пенза. С 79-82.	Теренина Н.Л. канд. экон. н., доцент
5.	Байкова А.Е., 2 курс магистратуры, гр. мМУБ81, Ме-неджмент	Теоретические аспекты развития маркетинга партнерских отношений	Инновационные научные исследования в современном мире: теория, методология, практика. Сборник статей по материалам II Международной научно-практической конференции: 18 февраля 2020 г. Уфа. С 98-106.	Теренина Н.Л. канд. экон. н., доцент
6.	Байкова А.Е., 2 курс магистратуры, гр. мМУБ81, Ме-неджмент	Классификация современных инструментов маркетинга для выстраивания партнерских отношений с клиентом	Инновационные научные исследования в современном мире: теория, методология, практика. Сборник статей по материалам II Международной научно-практической конференции: 18 февраля 2020 г. Уфа. С 107-112.	Теренина Н.Л. канд. экон. н., доцент

7.	Терентьев Д.И., 1 курс магистратуры, гр. мР6901, Реклама и связи с общественностью	Понятие деловой репутации в бизнесе	Приоритетные направления развития науки в современном мире / Сборник статей по материалам международной научно-практической конференции (20 февраля 2020 г., г. Уфа) / – Уфа: Изд. НИЦ Вестник науки, 2020 – С. 70-75.	Теренина Н.Л. канд. экон. н., доцент
8.	Тюленева О.Д., 3 курс магистратуры, гр. мМУБ81, Менеджмент	Система показателей оценки инвестиционной привлекательности сельских территорий	Приоритетные направления развития науки в современном мире / Сборник статей по материалам международной научно-практической конференции (20 февраля 2020 г., г. Уфа) / – Уфа: Изд. НИЦ Вестник науки, 2020 – С. 61-65.	Теренина Н.Л. канд. экон. н., доцент
9.	Стертюков К.Г., 3 курс магистратуры, гр. мМУБ81, Менеджмент	Концепция выбора стратегии продвижения бренда	Инновационные научные исследования в современном мире: теория, методология, практика / Сборник статей по материалам II – Международной научно-практической конференции (18 февраля 2020 г., г. Уфа). / – Уфа: Изд. НИЦ Вестник науки, 2020 – С. 145-149.	Теренина Н.Л. канд. экон. н., доцент
10.	Терентьев Д.И., 1 курс магистратуры, гр. мР6901, Реклама и связи с общественностью	Построение бренда в условиях малого и среднего бизнеса	Инновационные научные исследования: теория, методология, тенденции развития Сборник статей по материалам II - международной научно-практической конференции (10 марта 2020 г., г. Уфа) / – Уфа: Изд. НИЦ Вестник науки, 2020 – С. 149-154.	Теренина Н.Л. канд. экон. н., доцент
11.	Илюшова Е.Д., 2 курс магистратуры, гр. мМУБ81, Менеджмент	К вопросу о продвижении компании в конкурентной среде	Сборник статей II Международной научно-практической конференции «Наука и современное общество. Актуальные вопросы, достижения и инновации» (г. Пенза, 27 марта 2020 г.). – Пенза, МЦНС «Наука и просвещение», 2020. – 137. (С.100-134).	Плюснина Л.К., д. социол. н., доц.
12.	Илюшова Е.Д., 2 курс магистратуры, гр. мМУБ81, Менеджмент	Особенности продвижения компании в сети Интернет	Сборник статей Международной научно-практической конференции «Экономика и предпринимательство:	Плюснина Л.К., д. социол. н., доц.

			теория и практика» (г. Пенза, 25 марта 2020 г.). – Пенза, МЦНС «Наука и просвещение», 2020. – 149. (С.29-32).	
13.	Иничкина Е.Д., 5 курс, ст. гр. РСО51, Реклама и связи с общественностью	Особенности рекламной деятельности в банковской сфере на примере новосибирского филиала АО «АЛЬФА-БАНК»	Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2020. – №4. Режим доступа: https://s.siteapi.org/015a6a4a47a50b3.ru/docs/mx7mjpmxysgkwws88go4ogcog88wsw	Черникова Е.В., ст. преподаватель
14.	Колонтаева П. Д., 1 курс магистратуры, гр мМУБ91в, Менеджмент	CRM-технологии как инструмент управления маркетинговой деятельностью организации	Экономика, бизнес, инновации: XII Международная научно-практическая конференция, 30 апреля 2020 г., г. Пенза. – С. 24-28	Теренина Н.Л., к. экон.н., доцент
15.	Идрисова А.И., 2 курса магистратуры, студ. гр. гр МУБ82, Менеджмент	Предпочтения потребителей: понятие, теоретические подходы	Экономика и бизнес. Теория и практика.2020. № 4-1 (62) С. 73 -76	Воловская Н.М., д-р. социол.н., профессор
16.	Идрисова А.И., 2 курса магистратуры, студ. гр. гр МУБ82, Менеджмент	Факторы, влияющие на поведение потребителей	Экономика и бизнес. Теория и практика.2020. № 4-1 (62) С. 76-80	Воловская Н.М., д-р. социол.н., профессор
17.	Бондаренко А.А., 1 курс магистратуры, гр.мМУБ91в, Менеджмент	Влияние процессов цифровизации на развитие туристической отрасли	Структурные преобразования экономики территорий: в поиске социального и экономического равновесия / сборник статей по материалам II Международной научно-практической конференции (2 мая 2020 г., г. Уфа) / – Уфа: Изд. НИЦ Вестник науки, 2020 – С. 78-86	Теренина Н.Л., к. экон.н., доцент
18.	Дроздова Е. Д., 3 курс, гр.РСО701, Реклама и связи с общественностью	Влияние телевидения на современное общество	Новая реальность: экономика, менеджмент, социальные коммуникации: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (Новосибирск, 23–24 апреля 2020 г.): в 2 ч. / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Новосибирский государственный педагогический университет. – Новосибирск : Изд-во НГПУ, 2020. – С. 52.	Харламова И.Ю., к. экон.н. доцент

19.	Залепаев В. Д., 3 курс, гр. РС0701, Реклама и связи с общественностью	Интернет как интерактивное средство массовой коммуникации	Новая реальность: экономика, менеджмент, социальные коммуникации: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (Новосибирск, 23–24 апреля 2020 г.): в 2 ч. / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Новосибирский государственный педагогический университет. – Новосибирск: Изд-во НГПУ, 2020. – С. 59.	Харламова И.Ю., к. экон.н. доцент
20.	Любченко А. С., 3 курс, гр. РС0701, Реклама и связи с общественностью	Функции массовых коммуникаций в современном обществе	Новая реальность: экономика, менеджмент, социальные коммуникации: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (Новосибирск, 23–24 апреля 2020 г.): в 2 ч. / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Новосибирский государственный педагогический университет. – Новосибирск: Изд-во НГПУ, 2020. – С. 115.	Харламова И.Ю., к. экон.н. доцент
21.	Костенкова А. А., 3 курс, гр. РС0701, Реклама и связи с общественностью	Особенности и принципы размещения рекламы на телевидении	Новая реальность: экономика, менеджмент, социальные коммуникации: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (Новосибирск, 23–24 апреля 2020 г.): в 2 ч. / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Новосибирский государственный педагогический университет. – Новосибирск: Изд-во НГПУ, 2020. – С. 102.	Харламова И.Ю., к. экон.н. доцент
22.	Карпенко С.О., 5 курс, ст. гр. РС051, Реклама и связи с общественностью	Изучение отношения потребителей к торговой марке «LG»	Академия педагогических идей «Новация». – 2020. – №5 (май). – АРТ 37-эл. – 0,3 п. л. – URL: http://akademnova.ru/page/875548	Черникова Е.В., старший преподаватель
23.	Огнева Д.П., 5 курс, ст. гр. РС051, Реклама и связи с общественностью	Коммерческая реклама: состояние, проблемы, направления совершенствования на примере ПАО «Авиакомпания «Сибирь»	Академия педагогических идей «Новация». – 2020. – №5 (май). – АРТ 39-эл	Черникова Е.В., старший преподаватель

24.	Щепина О.Н., 5 курс, ст. гр. РС051, Реклама и связи с общественностью	Наружная реклама: технологии исследования, проблемы, направления совершенствования	Форум молодых ученых. – 2020. - № 5 (45).	Черникова Е.В., старший преподаватель
25.	Рымар К.А. 3 курс, гр. ЦКМ701, Реклама и связи с общественностью	Принципы выбора канала размещения	Теория и практика современной экономики (сборник статей международной научно-практической конференции, состоявшейся 15 мая 2020г. в городе Пенза)	Шадрина Л.Ю., к. социол.н., доцент
26.	Белкина Е.А. 3 курс, РС0701, Реклама и связи с общественностью	Каналы размещения рекламы и оценка их эффективности	Актуальные вопросы экономики (сборник статей международной научно-практической конференции, состоявшейся 25 мая 2020г. в городе Пенза)	Шадрина Л.Ю., к. социол.н., доцент
27.	Шлюкова Е.А., 3 курс, ЦКМ701	Трансформация функций массовых коммуникаций в современном обществе на примере канала «НТВ»	European Research, сборник статей 27 Международной научной практической конференции, состоявшейся 7 июня 2020 г. Пенза.	Шадрина Л.Ю., к. социол.н., доцент
28.	Тимонина А.В., 3 курс, РС0701	Принципы выбора телевизионных каналов и телепередач для размещения рекламы на примере бренда Простоквашино	Экономика и современный менеджмент: теория, методология, практика (сборник статей международной научно-практической конференции, состоявшейся 5 июня 2020г. в городе Пенза).	Шадрина Л.Ю., к. социол.н., доцент
29.	Родионов П.М., 3 курс, ЦКМ701	Интернет как интерактивное средство массовой коммуникации	European Research, сборник статей 27 Международной научной практической конференции, состоявшейся 7 июня 2020 г. Пенза.	Шадрина Л.Ю., к. социол.н., доцент
30.	Половникова А.В., 3 курс, РС0701	Принципы составления медиаплана для размещения рекламы в средствах массовой коммуникации	Столица Науки, сборник статей Международной научной практической конференции, состоявшейся № 5 (22) май, 2020. Г. Москва.	Шадрина Л.Ю., к. социол.н., доцент
31.	Кравчук К.Н. 3 курс, РС0701	Расчет основных показателей медиаплана	Вопросы студенческой науки, сборник научных статей № 6 (46) июнь, 2020. Г. Санкт-Петербург.	Шадрина Л.Ю., к. социол.н., доцент
32.	Морозова А.С. 3 курс, ЦКМ701	Плюсы и минусы измерения телесмотрения и аудитории каналов	Молодые ученые России, сборник статей Всероссийской научной практической конференции, состоявшейся 12 июня 2020. Г. Пенза.	Шадрина Л.Ю., к. социол.н., доцент

33.	Макеева Д.О. 3 курс, РС0701	Методы проведения медиаисследований для аудитории печатных средств массовой коммуникации	Молодые ученые России, сборник статей Всероссийской научной практической конференции, состоявшейся 12 июня 2020. Г. Пенза.	Шадрина Л.Ю., к. социол.н., доцент
34.	Сучкова Е.А., Харламова И.Ю.	Методы оценки конкурентоспособности организации	Молодой ученый. 2020. № 4 (294). С. 156-159.	Харламова И.Ю.
35.	Шестакова А.Е., Харламова И.Ю.	Разработка рекламного продукта для телевидения	Форум молодых ученых. 2019. № 10 (38). С. 613-615. 3.	Харламова И.Ю.
36.	Михалец Т.В., Харламова И.Ю.	Разработка рекламного продукта в интернете	Форум молодых ученых. 2019. № 10 (38). С. 426-428.	Харламова И.Ю.
37.	Кривошеина Ю.В.	Брендинг региона как ключевой инструмент территориального маркетинга	Сборник статей II Всероссийского научно-исследовательского конкурса «Конкурс лучших студенческих работ» (5 июня 2020 г., г. Пенза). – Пенза: МЦНС «Наука и просвещение», 2020. - 170с. (С.53-56). [Электронный ресурс]. URL: https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2020/06/К-233-2.pdf	Плюснина Л.К.
38.	Назаренко П. К. 2 курс, РС0801	Телевизионная коммерческая реклама: особенности, виды	Молодой ученый. — 2020. — № 21 (311). — С. 223-225. — URL: https://moluch.ru/archive/311/70474/ .	Плюснина Л.К.
39.	Гуляева М.И. 2 курс, РС0801	Современные инструменты интернет-рекламы и PR для государственных структур и бизнеса	Сборник статей II международной научно практической конференции «Актуальные вопросы, достижения и инновации» (30 мая 2020г., г. Пенза). - Пенза: МЦНС «Наука и просвещение», 2020. - 220с. (С.212-215). [Электронный ресурс] URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42890411	Плюснина Л.К.
40.	Захарова С. С.	Реклама в сфере туризма: понятие и особенности	Сборник статей XXVIII Международной научно-практической конференции «Наука и образование: сохраняя прошлое, создаем будущее» (10 июня 2020 г., г. Пенза). В 2 ч. Ч. 1. - Пенза: МЦНС «Наука и просвещение», 2020. - 248с. (С.111-115). [Электронный ресурс]. URL: https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2020/06/МК-814-1.pdf	Плюснина Л.К.

41.	Лазорская Д. Д. 2 курс, РС0801	Теоретические аспекты оценки эффективности рекламных кампаний	Сборник статей II Международной научно-практической конференции «Наука и просвещение: актуальные вопросы, достижения и инновации» (30 мая 2020 г., г. Пенза). В 2 ч. Ч. 2. - Пенза: МЦНС «Наука и просвещение», 2020. - 224с. (С.65-68). [Электронный ресурс]. URL: https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2020/05/МК-807-2.pdf	Плюснина Л.К.
42.			Участие студентов кафедры МРиСО с публикациями по итогам сессии студентов ФКЭиП НГУЭУ–2020 «Проблемы корпоративной экономики и предпринимательства» (10 сообщений). Ответственные: Шадрина Л.Ю., Черникова Е.В.	
43.	Козликина Л.М., студ. гр. 4РС071	Продвижение музея средствами рекламы и PR	Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2020. № 35(133). URL: https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/133	Черникова Е.В.
44.	Черенкова, Е. П. студ. гр. 4РС071	PR-мероприятия в деятельности по связям с общественностью	Молодой ученый. — 2020. — № 38 (328). — С. 76-77. — URL: https://moluch.ru/archive/328/73695/	Черникова Е.В.
45.	Шворнева М.В. студ. гр. 4РС071	Особенности участия брендов в развитии социальной рекламы	Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2020. № 34(132). URL: https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/132	Черникова Е.В.
46.	Тюленева О. Д., студ. гр мМУБ81	Интегральная оценка инвестиционной привлекательности регионов России	Интеграция науки, образования, общества, производства и экономики / Сборник научных статей по материалам III конференции (25 сентября 2020 г., г. Уфа) / – Уфа: Изд. НИЦ Вестник науки, 2020. – С 35-42.	Теренина Н.Л.
47.	Кожгельдинов М.Т., гр мМУБ81	Организационно-методический механизм совершенствования системы управления продажами	Инновационный потенциал развития науки в современном мире: ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ / Сборник научных статей по материалам III Международной научно-практической конференции (2 октября 2020 г., г. Уфа) / – Уфа: Изд. НИЦ Вестник науки, 2020. – С 75-79.	Теренина Н.Л.

48.	Великоростова Г.В., ст. гр. 4PCO71	Массовые коммуникации в PR-деятельности	Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2020. № 37(135). URL: https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/135	Шадрина Л.Ю.
49.	Идрисова А.И. гр. мМУБ82	Концептуальный подход к исследованию предпочтений	Современные научные исследования. Актуальные вопросы достижения и инновации. Сборник статей международной научно-практической конференции 5 октября 2020. С.88-91	Воловская Н.М.
50.	Душарина Е.Ю. гр. мМУБ82	Методические подходы к диагностике корпоративной культуры	Экономика, бизнес, инновации. Сборник статей международной научно-практической конференции 25 октября 2020. С.23-26	Воловская Н.М.
51.	Киселева А.А. гр. мРБ91	К понятию о внешних коммуникациях: особенности и принципиальные отличия	ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ: сборник статей XIII Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». С. 47-50.	Воловская Н.М.
52.	Киселева А.А. гр. мРБ91	Взаимодействия с потребителями как ключевое направление внешних коммуникаций	ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В НАУКЕ, БИЗНЕСЕ, ОБРАЗОВАНИИ: сборник статей II Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». С. 65-68. Научный руководитель: Воловская Н.М.	Воловская Н.М.
53.	Кияева Д.А., гр мМУБ82.	Анализ факторов потребительской лояльности для компаний транспортно-логистической направленности	Сборник статей Международной научно-практической конференции - Экономические науки: вопросы теории и практики - Пенза, 25 октября 2020 г. С 30-33 - https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44114903	Теренина Н.Л.
54.	Назаренко П. К., 3 курс PCO801	Оценка коммуникативной эффективности рекламы с использованием ностальгических образов на примере телевизионной рекламы «Простоквашино»	Новые экономические исследования. – 2020. – с. 16-20. [Электронный ресурс]. URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44207105&pf=1	Иноземцева А.В.
55.	Степахин И.С. студ. гр. 4PCO71	Интернет-маркетинг и электронная коммерция в сфере онлайн-продажи продовольственных товаров	Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2020. № 39(137). URL: https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/137	Черникова Е.В.
56.	Степахин И.С. студ. гр. 4PCO71	Инструменты интернет-маркетинга в сфере рынка онлайн-кинотеатров	Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2020. № 39(137). URL: https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/137	Черникова Е.В.

57.	Чайка А.А. студ. гр. мБ001	Технология конструирования элективного курса в профильном обучении	Сборник статей III Международной научно-практической конференции «Новые педагогические исследования» (15 ноября 2020г. в г.Пенза). Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». 2020. С.85-87.	Плюснина Л.К.
58.	Штырц Е.К. студ. гр. мБ001	Имидж как инструмент достижения успеха предприятия	Сборник статей XV Международной научно-практической конференции «Приоритетные направления развития науки и образования» (12 ноября 2020 г. в г.Пенза). Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». 2020. С.171-174.	Плюснина Л.К.
59.	Евдакимова О.С. гр. мМУБ82	Проведение компаний по продвижению в интернет среде	Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей XXXVIII Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2020. – С. 95-97	Теренина Н.Л.
60.	Евдакимова О.С. гр. мМУБ82	Маркетинговые исследования в сети Интернет	Современная наука и молодые учёные: сборник статей IV Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2020. – С. 38-40	Теренина Н.Л.
61.	Байкова А.Е. , гр. мМУБ 82	Рынок консалтинговых услуг г. Новосибирска в сфере недвижимости на примере компании RID ANALYTICS	Приоритетные направления развития науки и образования: сборник статей XV Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2020. – С. 72-75	Теренина Н.Л.
62.	Болдина В.И. ст. гр. мБ0001	Информационная инфраструктура вуза как основа повышения его конкурентоспособности	Сборник статей VI Международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы современной науки и образования» В 2 ч. Ч. 1. (20 ноября 2020г. в г. Пенза). – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2020. – С. 43 - 46. URL: https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2020/11/MK-932-1.pdf	Плюснина Л.К.
63.	Дубанова Т.С. ст. гр. мБ001в	Понятие и содержание комплексного продвижения бизнеса в интернете	Сборник статей III Международной научно-практической конференции «Экономика 2020: Актуальные вопросы и современные аспекты» (20 ноября 2020г. в г. Пенза). Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». 2020. С.41-44. URL: https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2020/11/%D0%9C%D0%9A-933.pdf	Плюснина Л.К.

64.	Каримова М.Г., ст. гр. мМУБ82.	Роль маркетинговых коммуникаций в продвижении образовательных учреждений	FUNDAMENTAL SCIENCE AND TECHNOLOGY / Сборник научных статей по материалам IV Международной научно-практической конференции (17 ноября 2020 г., г. Уфа) / – Уфа: Изд. НИЦ Вестник науки, 2020. – С 75-81	Теренина Н.Л.
65.	Каримова М.Г., ст. гр. мМУБ82.	Исследование применения маркетинговых программ в средних образовательных учреждениях	FUNDAMENTAL SCIENCE AND TECHNOLOGY / Сборник научных статей по материалам IV Международной научно-практической конференции (17 ноября 2020 г., г. Уфа) / – Уфа: Изд. НИЦ Вестник науки, 2020. – С 82-89.	Теренина Н.Л.
66.	Каримова М.Г., ст. гр. мМУБ82.	Особенности формирования комплекса маркетинга образовательных услуг	FUNDAMENTAL SCIENCE AND TECHNOLOGY / Сборник научных статей по материалам IV Международной научно-практической конференции (17 ноября 2020 г., г. Уфа) / – Уфа: Изд. НИЦ Вестник науки, 2020. – С 90-95.	Теренина Н.Л.
67.	Стертьков К.Г. ст. гр. мМУБ81	Модель-изучение стратегии брендинга организации	FUNDAMENTAL SCIENCE AND TECHNOLOGY / Сборник научных статей по материалам IV Международной научно-практической конференции (17 ноября 2020 г., г. Уфа) / – Уфа: Изд. НИЦ Вестник науки, 2020. – С 101-106.	Теренина Н.Л.
68.	Кияева Д.А., ст. гр. мМУБ81	Принцип построения программ потребительской лояльности для компаний транспортно-логистической направленности	Экономика 2020: актуальные вопросы и современные аспекты: сборник статей III Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2020. – С 22-24	Теренина Н.Л.
69.	Шестаков А.А., ст. гр. мБО001	Коммуникативная политика предприятия: к определению понятия	"Экономика и социум" №11(78) 2020 - https://a78cf8ac-3ef5-4670-8fcd-a900ec94fd9b.filesusr.com/ugd/b06fdc_bc3911909b9d416387f5b89da8a18f7f.pdf?index=true	Теренина Н.Л.
70.	Дидоренко И.В. 4курс 4PCO71	ВТЛ-реклама: характеристика, особенности и оценка эффективности	Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2020. № 41(139). URL: https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/139	Шадрина Л.Ю.
71.	Дидоренко И.В. 4курс 4PCO71	Структура телесмотрения и анализ аудиторий телеканалов	Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2020. № 41(139). URL: https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/139	Шадрина Л.Ю.

72.	Ткаченко О.И. ст. гр мБО001	Особенности продвижения интернет-магазина с использованием контекстной рекламы	Сборник трудов по материалам III Международного конкурса научно-исследовательских работ «Инновационные подходы в решении научных проблем» (20 ноября 2020г., г.Уфа). - Уфа: Изд. НИЦ Вестник науки, 2020. – с.119-127 URL: https://yadi.sk/i/ew8WLM0dXC_RVg группа мБО001	Плюснина Л.К.
73.	Помилуйко А.Р. ст. гр мБО001	Подходы к сегментации рынка в процессе организации коммуникационной кампании	Сборник статей XXXVII Международной научно-практической конференции «Со-временная экономика: Актуальные вопросы, достижения и инновации» (25 ноября 2020 г.г. Пенза). – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2020. – С. 34 - 36. URL: https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2020/11/МК-937.pdf группа мБО001	Плюснина Л.К.
74.	Смирнова Е.С. ст. гр. мБО01в.	Основные тенденции формирования контента социальных сетей в современ-ных условиях	Сборник статей III Международной научно-практической конференции «Экономика 2020: актуальные вопросы и современные аспекты» (20 ноября 2020, г. Пенза). Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение», 2020. С.38-40. группа мБО01в URL: https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2020/11/%D0%9C%D0%9A-933.pdf	Плюснина Л.К.
75.	Левчук О.А. ст. гр. мБО01в.	SMM как инструмент продвижения бизнеса	Сборник статей III Международной научно-практической конференции «Экономика 2020: Актуальные вопросы и современные аспекты» (20 ноября 2020 г.) – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2020. – С. 35-37. URL: https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2020/11/МК-933.pdf группа мБО01в	Плюснина Л.К.
76.	Кургулова С.К. ст. гр. мБО01в.	Социальные мессенджеры как современный инструмент организации продаж, продвижения товара и канала коммуникации с клиентом	Сборник статей III Международной научно-практической конференции «Экономика 2020: актуальные вопросы и современные ас-пекты» (20 ноября 2020 г., г. Пенза). Пенза: Наука и Просвещение, 2020. С. 29-31. https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2020/11/%D0%9C%D0%9A-933.pdf	Плюснина Л.К.
77.	Паздникова И.С ст. гр. мБО01в.	Продвижение бизнеса в социальных сетях с использованием SMM»	Сборник статей III Международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы и со-временные аспекты» (20 ноября 2020г. в г. Пенза). – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2020. – С. 45–47.	Плюснина Л.К.

			https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2020/11/%D0%9C%D0%9A-933.pdf	
78.	Байкова А.Е., гр мМУБ-82.	Анализ основных проблем организации ООО «РИД АНАЛИТИКС» в части выстраивания взаимодействия с клиентами	Современные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей XV Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2020. С. 106-109. https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2020/11/%D0%9C%D0%9A-936.pdf	Теренина Н.Л.
79.	Чичение М.А., гр. мБОУ1в.	Внутренние коммуникации: понятие, типы	Экономика предприятий, регионов, стран: актуальные вопросы и современные аспекты: сборник статей II Между-народной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвеще-ние». – 2020. – С. 15-17 https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2020/12/%D0%9C%D0%9A-945.pdf	Теренина Н.Л.
80.	Ткаченко О.И., гр. мБОУ01.	Особенности продвижения интернет-магазина с использованием контекстной рекламы	Инновационные подходы в решении научных проблем / Сборник трудов по материалам III Международного конкурса научно-исследовательских работ (20 ноября 2020г., г. Уфа). / – Уфа: Изд. НИЦ Вестник науки, 2020. – С. 119-126. ¹	Теренина Н.Л.
81.	Терентьев Д.И., гр. мРБ901	Исследование портрета потребителя: демографических, социально-статусных характеристик (на примере extreme fitness)	НАУКА В XXI ВЕКЕ: ИННО-ВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ / Сборник научных статей по материалам IV Международной научно-практической конференции (27 ноября 2020 г., г.	Теренина Н.Л.

1

https://docviewer.yandex.ru/view/41147117/?page=6&*=v4RXtSpxlroqtADlzvLbJ%2FsaMqF7InVybcI6InlhLWRpc2stcHVibGljOi8vS0RCTFZvaEF1cmQrbE9SdmlTcW1adGszY2czK2hxVDJtY0plZ3JrTm5LR1F1RXVHaUxNMIJBck1VQWxuaW01dnEvSjZicG1SeU9Kb25UM1ZvWG5EYWc9PSIsInRpdGxlljoi0JotMTQ5LTAoMTFfMjApLnBkZiIsIm5vaWZyYW1lIjpmYWxzZSwidWlkIjoiNDExNDcxMTciLCJ0cyI6MTYwNjg4NTAwMDg3OSwieXUiOiI5MDIyMjI3NjExNTgyODg4MDE1In0%3D

			Уфа) / – Уфа: Изд. НИЦ Вестник науки, 2020 – С. 95-99. ²	
82.	Тимаков А.А. мБО001	Использование e-commerce в рамках развития бренда	Форум молодых ученых. 2020. №11(55 ноябрь. [Электронный ресурс] URL: https://46ef98e1-3a76-4b58-8a96-65b4b8a4c443.filesusr.com/ugd/b06fdc_d172dd812fd94a1ab1958d8718566364.pdf?index=true группа мБО001	Плюснина Л.К.
83.	Шушпанова А.В. группа мБО001	Проблема реализации государственной программы дополнительного лекарственного обеспечения	// Сборник научных статей по материалам IV Международной научно-практической конференции «Инновационный потенциал развития науки в современном мире: технологии, инновации, достижения» (17 ноября 2020 г., г. Уфа). – Уфа: Изд. НИЦ Вестник науки, 2020. – С. 194-204. URL: file:///C:/Users/USER/Downloads/%D0%9A-138-0(11_20).pdf	Плюснина Л.К.
84.	Жеребцова К.О. мБО01в	Интернет-маркетинг: понятие, преимущества, инструменты	Экономика предприятий, регионов, стран: актуальные вопросы и современные аспекты: сборник статей II Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2020. – С. 37-41. URL: https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2020/12/%D0%9C%D0%9A-945.pdf группа мБО01в	Плюснина Л.К.
85.	Чиченин М.А. группа мБО01в	Внутренние коммуникации: понятие, типы	Сборник статей II Международной научно-практической конференции, (30 ноября 2020 г. в г. Пенза) Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение», 2020. С.15-17. URL: https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2020/12/МК-945.pdf	Плюснина Л.К.
86.	Трушко А.А. группа мБО01в	Фирменный стиль организации: понятие, особенности	Научно-электронный журнал «Меридиан». 2020. Выпуск №18(52). [Электронный ресурс]. URL: http://meridian-journal.ru/site/article?id=4659	Плюснина Л.К.

https://docviewer.yandex.ru/view/41147117/?page=6&*=uVXsTKubtn30h9Tt%2BkccFYjbmwr7InVybcI6InlhLWRpc2stcHVibGljOi8veTZReGdxTdTZTzveWZHdlGemRGZnBZcTdZc2x4Y0xGN1ZuZmp5cSt0RUx2M2cxeW9wOXMzd214dCtMN0RaSnEvSjZicG1SeU9Kb25UM1ZvWG5EYWc9PSIsInRpdGxlljoi0JotMTQwLTAoMTFfMjApLnBkZiIsIm5vaWZyYW1lIjpmYWxzZSwidWlkljoiNDExNDcxMTciLCJ0cyI6MTYwNzQyMjY1Nzc5MiwieXUiOiI5MDIyMjI3NjExNTgyODg4MDE1In0%3D

87.	Дроздова Е.Д. ЦКМ 701	Брендинг – понятие, сущность. необходимость и способы продвижения бренда. Имидж в брендинге	IV Международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы экономики» (20.12.2020, Москва)	Шадрина Л.Ю.
88.	Шлюкова Е.А. ЦКМ 701	Проведение рекламной кампании в социальных сетях	V Международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы и современные аспекты» (17.12.2020 Пенза)	Шадрина Л.Ю.
89.	Цзян Жонань группа мРБ901	Особенности обучения китайских студентов в российских вузах	Трибуна ученого. 2020. Октябрь. [Электронный ресурс]. URL: https://tribune-scientists.ru/archive/35	Плюснина Л.К.
90.	Цзян Жонань группа мРБ901	Особенности формирования имиджа российского вуза в Китае	Трибуна ученого. 2020. Октябрь. [Электронный ресурс]. URL: https://tribune-scientists.ru/archive/35	Плюснина Л.К.
91.	Ян Линь группа мРБ901	Особенности продвижения российского вуза в международной образовательной среде	Трибуна ученого. 2020. Октябрь. [Электронный ресурс]. URL: https://tribune-scientists.ru/archive/35	Плюснина Л.К.
92.	Ян Линь группа мРБ901	Основные направления совершенствования продвижения вуза с использованием рекламы в сети интернет	Трибуна ученого. 2020. Октябрь. [Электронный ресурс]. URL: https://tribune-scientists.ru/archive/35	Плюснина Л.К.
93.	Балаева А.С., гр. РС0801	Современные методы связей с общественностью в сети интернет	Научный электронный журнал «Меридиан». 2020. №19(53). [Электронный ресурс]. URL: http://meridian-journal.ru/site/journal?id=909	Плюснина Л.К.
94.	Глазова Д.Р. группа РС0801	Особенности рекламы в социальной сети Инстаграм	Научный электронный журнал «Меридиан», 2020. № 18 (52). [Электронный ресурс] URL: http://meridian-journal.ru/site/article?id=4602	Плюснина Л.К.
95.	Сорокина А. В. группа РС0801	Проектирование рекламных кампаний: понятие и этапы	Сборник статей XXXVII Международной научно-практической конференции «Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации». Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». 2020. С. 94-97. [Электронный ресурс]. URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=43930370	Плюснина Л.К.
96.	Орешко А.Ю. студ. гр. мБО001	Характеристика основных участников каналов распределения при реализации сбытовой стратегии организации	Актуальные теоретические и прикладные вопросы управления социально-экономическими системами: Материалы II Международной научно-практической	Отвагина И.Е.

			конференции. – Том 1. Москва, 10-11 декабря 2020. – М.: Институт развития дополнительного профессионального образования, 2020. – С. 57-59. РИНЦ Режим доступа: http://to-future.ru/wp-content/uploads/2020/12/SESM_2020_V1.pdf .	
97.	Ширяева М.В. ЦКМ701	Теоретические аспекты разработки рекламной кампании для продвижения маркетинговых услуг в интернете	IV Международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы экономики» (20.12.2020, Москва)	Шадрина Л.Ю.
98.	Рымар К.А.. ЦКМ701	Особенности продвижения бизнеса в социальных сетях	IV Международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы экономики» (20.12.2020, Москва)	Шадрина Л.Ю.
99.	Морозова А.С. ЦКМ701	Особенности контент стратегии для социальных сетей	IV Международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы экономики» (20.12.2020, Москва)	Шадрина Л.Ю.
100.	Радионон. ЦКМ701	Контекстная реклама: основные механизмы, преимущества, недостатки и метрики	IV Международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы экономики» (20.12.2020, Москва)	Шадрина Л.Ю.
101.	Костенкова А.И.. ЦКМ701	Формирование стратегии продвижения компании в социальных сетях	18-е международной научно практической конференции инновационный развития: потенциал науки современного образования (23.12.2020, Пенза).	Шадрина Л.Ю.
102.	Белкина Е.А РС0701	Элементы айдентики бренда	VI Международной научно-практической конференции «научные исследования будущего: стратегии и задачи развития» (Саратов	Шадрина Л.Ю.
103.	Половникова А.В. РС0701	Продвижение компании посредством социальной сети тик ток	электронный журнал «Столица науки» (Декабрь 12 (29) 2020)	Шадрина Л.Ю.
104.	Тимонина А.В. РС0701	Разработка рекламной стратегии рекламного агентства	электронный журнал «Столица науки» (Декабрь 12 (29) 2020)	Шадрина Л.Ю.

Публикации 2021

<p>1. Видлогин Ф.А. гр. PCO81 Исследование отношения к торговой марке // Молодой исследователь: вызовы и перспективы. сб. ст. по материалам СХСVIII междунар. науч.-практ. конф. – № 3(198). – М., Изд. «Интернаука», 2021. – с. 197 - 201.</p> <p>2. Перов И.В. гр. PCO81 PR-кампания: понятие, организация и проведение // Молодой исследователь: вызовы и перспективы. сб. ст. по материалам СХСVIII междунар. науч.-практ. конф. – № 3(198). – М., Изд. «Интернаука», 2021. – с. 202 – 204.</p>
<p>Володько А.А. гр. мБО01в Продвижение культурных событий в онлайн среде. Основные инструменты // Сборник III Международной научно-практической конференции "Инновационное развитие современной науки: теория, методология, практика"(11 февраля 2021 г., г. Петрозаводск.). Петрозаводск, МНЦП «Новая наука», 2021. - С. 100-105. URL: https://sciencen.org/assets/Kontent/Konferencii/Arhiv-konferencij/KOF-248.pdf</p>
<p>Резвухина С.Е., ст. гр мБО 01, Бренд продукта IT-компании: понятие и способы продвижения // Научные исследования молодых учёных: сборник статей IX Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2021. – С. 83-88 - https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2021/02/МК-1020.pdf</p>
<p>1. Любченко А.С. PCO 701 Разработка контент стратегии предприятия в социальных сетях// сборник статей 14-й международной научно-практической конференции «экономика, бизнес, инновации» 5.01.2021 г. Пенза</p> <p>2. Макеева Д.О. PCO 701 Особенности проведения рекламной кампании в социальных сетях// сборник статей 2 международной научно-практической конференции «экономические науки: вопросы теории и практики» 30.01.2021 г. Пенза.</p>
<p>1. Марьин К.Е. гр. мБО01в. Персональный бренд как современный канал коммуникации // Научный электронный журнал «Меридиан». 2021. №2(55). С. 55-57. [Электронный ресурс] URL: http://meridian-journal.ru/site/journal?id=911&pdf=1</p> <p>2. Зюзина К.В. мБО01в. Особенности использования специальных мероприятий в процессе продвижения коммерческой организации // Сборник статей VII Международной научно-практической конференции «Экономика, Политика, Право: Актуальные вопросы, тенденции и перспективы развития»(20 февраля 2021 г., г. Пенза). Пенза, МЦНС «Наука и просвещение», 2021. С.151-153. URL: https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2021/02/%D0%9C%D0%9A-1022.pdf</p>
<p>1. Залипаев В.Д. PCO701 Разработка контент стратегии предприятия в социальной сети Инстаграм // сборник статей 2-ой международной научно-практической конференции «WORLD SCIENCE: PROBLEMS AND INNOVATIONS», Состоявшейся 28 февраля 2021 г. в г. Пенза https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2021/03/МК-1028.pdf</p> <p>2 Любченко А.С. PCO701 Разработка контент стратегии предприятия в социальных сетях // сборник статей 14-ой международной научно-практической конференции «Экономика, бизнес и инновации» 05.01.2021 г. Пенза https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2021/01/МК-980.pdf</p> <p>3. Макеева Д.О. PCO701 Особенности проведения рекоамной кампании в социальных сетях// сборник статей 2-ой международной научно-практической конференции «Экономические науки: вопросы теории и практики» 30.01.2021 г</p>

4. Орешко А.Ю. мБО001 Профориентационная деятельность: к определению понятия//Достижения и инновации: сборник статей Международной научно- практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». состоявшейся 25 февраля 2021 г. в г.Пенза. <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2021/02/МК-1024.pdf>
5. Болдина В. И. мБО001 Оценка эффективности продвижения образовательных услуг в интернете// Экономика и современный менеджмент: теория, методология, практика: сборник статей XI Международной научно- практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение» состоявшейся 25 февраля 2021 г. в г. Пенза. <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2021/02/МК-1025.pdf>
6. Шарафаненко Н.В. мБО001 Теория продаж при помощи презентации// международный научно-практический журнал «Экономика и социум» №11 (78) 2021
7. Морозова Е.Е. мБО001 Идеальная стратегия контент-маркетинга//журнал Студенческий вестник
8. Пинаева А.Д.. Проблемы развития электронной коммерции//журнал Студенческий вестник
9. Помилуйко А.Р. Этапы проведения коммуникационной кампании // XVI Международная научно-практическая конференция Современные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации «Наука и Просвещение» состоявшейся 5 января 2021 г. в г. Пенза. <https://naukaip.ru/sni/>
10. Рыльских Д.С. мБО001 Продвижение печатных СМИ в социальных сетях// международный научно-практический журнал «Экономика и социум» №3 (202) 2021
11. Ткаченко О.И.. мБО001 Анализ объемов российского рынка интернет-рекламы за 2010-2020 гг// СОВРЕМЕННАЯ РОССИЙСКАЯ НАУКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ: сборник статей Всероссийской научно- практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». состоявшейся 23 февраля 2021 г. в г.Пенза. <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2021/02/МК-1023.pdf>
12. Складенко мБО001 Исследование репутации в интернете: метолика и инструменты мониторинга// МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ Теоретические и практические аспекты развития современной науки: теория, методология, практика, 19.02.2021 <https://disk.yandex.ru/i/CK-ip8kaLzzeLw>
13. Шушпанова А.В. мБО001 Проблема реализации государственной программы дополнительного лекарственного обеспечения// Сборник научных статей по материалам IV Международной научно-практической конференции «Инновационный потенциал развития науки в

современном мире: технологии, инновации, достижения» (17 ноября 2020 г., г. Уфа). – Уфа: Изд. НИЦ Вестник науки, 2020. – С. 194-204.
URL:

[file:///C:/Users/USER/Downloads/%D0%9A-138-0\(11_20\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/%D0%9A-138-0(11_20).pdf)

1. Ищенко М.Е. гр. PCO81. Исследование удовлетворённости услугами торговой марки и её рекламы на примере компании TELE2 / М.Е. Ищенко, Е.В. Черникова // Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССИ Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 6(201). – М., Изд. «Интернаука», 2021. Режим доступа: <https://www.internauka.org/authors/ishchenko-mihail-evgenevich>

2. Лубягин Д.В. гр. PCO81. Уникальное торговое предложение в организации // Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССИ Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 6(201). – М., Изд. «Интернаука», 2021. Режим доступа: <https://www.internauka.org/authors/lubyagin-denis-valerevich>

3. Магдеева Ю.Р. гр. PCO81. Использование социальных сетей в деятельности по связям с общественностью: понятие, особенности, используемые технологии / Ю.Р. Магдеева, Е.В. Черникова // Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССИ Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 6(201). – М., Изд. «Интернаука», 2021. Режим доступа: <https://www.internauka.org/authors/magdeeva-yuliya-renatovna>

Липовская А. С. ст. гр. МРБ901 приняла участие в проекте «Лидеры интернет-коммуникаций» с проектом «Кросс-промо к 8 марта». Прошла 2-а отборочных тура.

1. Баско А.С. гр. мБ001 Инструменты и механики продвижения бизнеса в интернете // Сборник статей IX Международной научно-практической конференции "Научные исследования молодых учёных" (г. Пенза, 17 февраля 2021). Пенза: МЦНС «Наука и просвещение», 2021. С.216-220 [Электронный ресурс] URL: <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2021/02/МК-1020.pdf>

2. Швелидзе Н.Р. гр. мБ001 Потребительская удовлетворённость: особенности, способы оценки // Сборник статей VIII Международной научно-практической конференции. «Актуальные вопросы современной науки и образования», (20 февраля 2021 год, г. Пенза). «Наука и Просвещение». 2021, – 108 с. [Электронный ресурс]. URL: (<https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2021/02/МК-1021.pdf>).

3. Ялбаева В.А. гр. мБ001в Особенности продвижения компании в социальной сети Instagram // Сборник статей VII Международной научно-практической конференции «Экономика, Политика, Право: актуальные вопросы, тенденции и перспективы развития» (20 февраля 2021 год, г. Пенза) [Электронный ресурс]. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2021. – с. 48-50. URL: <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2021/02/%D0%9C%D0%9A-1022.pdf>

Ушакова И.А.. PCO701 Разработка рекламной кампании для выхода на новый рынок // Сборник статей шестой международной научно-практической конференции «Наука и современное общество», состоявшейся 28 февраля 2021г. В Пензе

Ткаченко О.И., гр. мБО001 Анализ объёмов российского рынка интернет-рекламы за 2010-2020 ГГ. // Современная российская наука: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей Всероссийской научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2021. – С. 177-180. <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2021/02/МК-1023.pdf>

Степахин И.С. Продвижение предприятия малого бизнеса средствами рекламы и PR // Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2021. № 3(148). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/148>

Черенкова, Е. П. гр. 4PCO71 Исследование степени удовлетворенности потребителей / Е. П. Черенкова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 10 (352). — С. 74-75. — URL: <https://moluch.ru/archive/352/79004/>

Черенкова, Е. П. гр. PCO71 Формы организации информационного поля в средствах массовой коммуникации / Е. П. Черенкова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 5 (347). — С. 306-308. — URL: <https://moluch.ru/archive/347/78021/> (дата обращения: 18.03.2021).

Статья. Сорокина К.А. гр. мБО01 Социальные проекты: особенности разработки, реализации и продвижения // Научный электронный журнал «Меридиан». Выпуск №3(56)'2021. С. 19-21. [Электронный ресурс] URL: <http://meridian-journal.ru/site/journal?id=912&pdf=1>

Статья. Резвухина С.Е. гр. мБО01 Бренд продукта IT-компании: понятия и способы продвижения // Научные исследования молодых учёных. Сборник статей IX Международной научно-практической конференции (г. Пенза, 17 февраля 2021). Пенза: Наука и просвещение, 2021. С. 83-88. [Электронный ресурс] URL: <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2021/02/МК-1020.pdf>

1. Огнева А. С. ст. гр. мБО01 Социальные сети: понятие, виды, технологические возможности продвижения / А. С. Огнева. // Молодой ученый. 2021. № 9 (351). С. 75-79. [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/archive/351/78875/>

2. Жеребцова О. В. Студ. гр. мБО01 Социальные сети как инструмент продвижения компании // Сборник статей VI Международной научно-практической конференции «Наука и современное общество: актуальные вопросы, достижения и инновации» (28 февраля 2021г. в г. Пенза). Пенза: МЦНС «Наука и просвещение», 2021. С. 65-70. [Электронный ресурс] URL: <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2021/03/%D0%9C%D0%9A-1029.pdf>

Чирцова А.О. Реализация функций средств массовых коммуникаций в современном обществе / А.О. Чирцова // Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССVII Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 12(207). – М., Изд. «Интернаука», 2021. <https://www.internauka.org/authors/chircova-anastasiya-olegovna>

Чирцова А.О. ст. гр. 4PCO71 Использование средств массовых коммуникаций с целью воздействия в рекламе / А.О. Чирцова // Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам СХСVI Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 1(196). – М., Изд. «Интернаука», 2021. <https://www.internauka.org/authors/chircova-anastasiya-olegovna>

Шворнева, М. В. ст гр. 4PCO71 Современное состояние социальной рекламы в России / М. В. Шворнева. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 1 (343). — С. 205-206. — URL: <https://moluch.ru/archive/343/77278/>

Шворнева, М. В. ст гр. 4PCO71 Внутрикorporативный PR как средство управления мотивацией сотрудников / М. В. Шворнева. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 1 (343). — С. 203-205. — URL: <https://moluch.ru/archive/343/77273/>

Чирцова А.О. ст гр. 4PCO71 Особенности социальной рекламы в России и на Западе // Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2021. № 1(146). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/146>

Терентьев Д.И., гр мРБ901, - Разработка концепции проекта по созданию сайта компании (на примере фитнес-клуба MAXFIT) / Наука в XXI веке: инновационный потенциал развития/ Сборник научных статей по материалам V Международной научно-практической конференции (23 марта 2021 г., г. Уфа) / – Уфа: Изд. НИЦ Вестник науки, 2021. – С.147 - <https://disk.yandex.ru/i/9wSe5DNAc6lbEA>

Овсянникова, В. С. гр. PCO801. Политические (избирательные) PR-кампании: понятие, характеристика, используемые технологии / В. С. Овсянникова // Молодой ученый. — 2020. — № 52 (342). — С. 126-128. — URL: <https://moluch.ru/archive/342/77146/>

1. Стройлов Д.Г. Ассортиментная политика предприятия: состояние, проблемы, направления совершенствования // Студенческий: электрон. научн. журн. 2021. № 14(142). URL: <https://sibac.info/journal/student/142/207873>

2. Курочкина Н.В. Анализ подходов формирования ассортиментной политики предприятия // Студенческий: электрон. научн. журн. 2021. № 13(141). URL: <https://sibac.info/journal/student/141/207726>

3. Барабанова Е.М. Система интернет-маркетинга: сущность, основные инструменты и стратегия развития // Студенческий: электрон. научн. журн. 2021. № 13(141). URL: <https://sibac.info/journal/student/141/207602>

4. Емельянов Ф.Д. Можно ли малому торговому предприятию конкурировать с крупными гипермаркетами? // Студенческий: электрон. научн. журн. 2021. № 13(141). URL: <https://sibac.info/journal/student/141/207548>

5. Гулида Н.К. Сущность и концепция сервисного обслуживания потребителей // Студенческий: электрон. научн. журн. 2021. № 13(141). URL: <https://sibac.info/journal/student/141/207612>

6. Антипова Л.Г. «Мерчандайзинг: как инструмент стимулирования продаж» // Актуальные вопросы права, экономики и управления: сборник статей XXVIII Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2021. С 29. <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2021/04/МК-1059.pdf>

Дидоренко И.В. гр. 4PCO71. Исследование степени удовлетворенности потребителей // Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2021. № 14(159). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/159>

Герин. ст.гр мБОУ001 Проблемы и способы развития коммуникации в социальных сетях // студенческий вестник №8 (153) часть 2, 2021.

Шестаков А.А. ст. гр. мБОУ001 Коммуникационная политика компании премиум-сегмента: сущность, цели и задачи// Международная научно-практическая конференция МНК-181
ECONOMIC ASPECTS OF INDUSTRIAL DEVELOPMENT IN THE TRANSITION TO A DIGITAL ECONOMY Дата проведения: 20 апреля 2021 г.

Безуглов О.Д. гр. РС0701. Особенности разработки рекламного продукта для наружных носителей// международная научно-практическая конференция наука в современном обществе: закономерности тенденции развития. 10 марта 2021 года г.Омс

1. Баландович Д.О. ст. гр. МК61. Улучшение клиентского опыта и повышение конкурентоспособности// Научный электронный журнал «Академическая публицистика» №4 (2021) .с. 191-193 <https://elibrary.ru/item.asp?id=45642393>

2. Львова А.В. ст. гр. МК61. Тенденции развития конкурентных стратегий// Научный электронный журнал «Академическая публицистика» №4 (2021) . с.291-294 <https://elibrary.ru/item.asp?id=45642409>

1 Двинская К.С., гр. мМУБ91. - Современные направления развития интернет-маркетинга // «Студенческий вестник»: научный журнал. – № 17(162). Часть 5. Москва, Изд. «Интернаука», 2021. – С. 20-22. - [https://studvestnik.ru/archive2/vestnik/17\(162_5\).pdf](https://studvestnik.ru/archive2/vestnik/17(162_5).pdf)

2 Двинская К.С., гр мМУБ91. - Подходы к методам управления интернет-маркетингом организации // «Студенческий вестник»: научный журнал. – № 18(163). Часть 5. Москва, Изд. «Интернаука», 2021. – С. 63-66. - [https://studvestnik.ru/archive2/vestnik/18\(163_5\).pdf](https://studvestnik.ru/archive2/vestnik/18(163_5).pdf)

1. Магистрант группы мБОУ001 Пинаев А.Д. Электронная коммерция и перспективы ее развития// Студенческий вестник, научный журнал. № 18 (163) часть 6. С. 85 -88

Магистрант группы мБОУ001 Болдина В.И.. Исследование целевой аудитории образовательного учреждения// сборник статей 10-й международной научно-практической конференции Актуальные вопросы современной науки и образования, состоявшейся 20 мая 2021г. в городе Пенза. С. 54-57

2. Магистрант группы мБОУ001 Шарафаненко Н.В. Теоретический аспект event -маркетинга и его место в стратегии продвижения компании// Экономика и социум, международный научно практический журнал. № 13 (78)2021

3. Магистрант группы мБОУ001 Герин К.В.. Роль социальных сетей в интернет маркетинге// Студенческий вестник, научный журнал. № 19 (164) часть 6. С. 54-57

4. Магистрант группы мБО001 Морозова Е.Е. Формирование контент- стратегии предприятия// Студенческий вестник, научный журнал. № 19 (164) часть 6.
5. Магистрант группы мБО001 Помилуйко А.Р Теоретические основы маркетинговых стратегий// Экономика предприятий, региона, страны: актуальные вопросы современной аспекты. Сборник статей 4 международной научно-практической конференции, состоявшейся 5 июня 2021г. в городе Пенза. С. 56-60
6. Магистрант группы мБО001 Рыльских Д.С. Особенности продвижения печатных СМИ на информационном рынке// Экономика и социум, международный научно практический журнал. № 6 (85)2021. С. 1198-1203
7. Магистрант группы мБО001 Ткаченко О.И. Особенности рекламного и PR продвижения рекламных агентств сети интернет// сборник статей 10-й международной научно-практической конференции Актуальные вопросы современной науки и образования, состоявшейся 20 мая 2021г. в городе Пенза. С. 91-95
8. , Магистрант группы мБО001 Шушпанова А.В. Мировые тренды в цифровой трансформации государства и государственной службы// сборник статей Всероссийской конференции Ломоносова 2021.
9. Магистрант группы мБО001 Шестаков А.А. Особенности продвижения товаров и услуг премиум сегмента// сборник статей Приоритетные направления развития науки в современном мире, международная научно-практическая конференция
10. , Магистрант группы мБО001 Складенко К.В. Давление репутации санаторный курортного учреждения в сети интернет// сборник статей Вестник науки: Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы современной науки, достижения и инновации. Сборник научных статей по материалам международной научно-практической конференции. С. 84-88 (25.05.2021, г. Уфа)

Шадрин Л.Ю. , Липовская А.С. (магистр мРБ901) Анализ брендовых запросов и исследование целевой аудитории бренда // сборник статей VI Всероссийской научно-практической (национальной) НГУЭУ, июнь 2021 – в печати

1 Лазорская Д.Д. студ. гр.ЦКМ801. Исследование конкурентов: сущность, направления, методы исследования конкурентов в сети Интернет// В сборнике: ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФОРУМ. сборник статей III Международной научно-практической конференции. Пенза, 2021. С. 8-11. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45734575>

2 Гуляева М.И. студ. гр.ЦКМ801. Маркетинг в банковской сфере// Актуальные вопросы экономики: сборник статей VII Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2021. – с. 50-53 <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2021/05/МК-1102.pdf>

3 Пешкова Е.А. Медиаисследования как основной источник данных для планирования использования СМК в рекламных кампаниях // Научное сообщество студентов XXI столетия. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. СII междунар. студ. науч.-практ. конф. № 6(102). URL: [https://sibac.info/archive/economy/6\(102\).pdf](https://sibac.info/archive/economy/6(102).pdf)

4 Морозова Е. Е. студ. гр. мМУБ001. Формирование контент-стратегии предприятия // Студенческий вестник. 2021. № 18-6 (163). С. 14-17. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45801462>

5 Морозова Е.Е. студ. гр. мМУБ001. Контент-стратегия предприятия: к вопросу о понятии //Студенческий вестник. 2021. № 17-5 (162). С. 46-50. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46129619>

Рыльских Д.С. Особенности продвижения печатных СМИ на информационном рынке // Экономика и социум. 2021. №6 (85). С. 1198-1202.

Тарабанова Д.А. Реклама в сети Интернет: состояние, проблемы, перспективы развития / Д.А. Тарабанова // Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССХVII Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 22(217). – М., Изд. «Интернаука», 2021. <https://www.internauka.org/authors/tarabanova-darya-aleksandrovna>

- Дубанова Т.С. студ. гр.мБ001в Классификация методов продвижения бизнеса в интернете // в сборнике: Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации. сборник статей XLVII Международной научно-практической конференции. Пенза, 2021. С. 152-159.

- Назаренко П.К. студ. гр. ЦКМ801. Исследование модели потребительского поведения пользователей мобильных устройств среди молодёжи // Экономика в теории и на практике: актуальные вопросы и современные аспекты: сборник статей IX Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2021. – 152 с.

- Магдеева Ю.Р. ст. гр. РС081. Спонсорство как разновидность рекламы / Ю.Р. Магдеева // Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССХVII Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 22(217). – М., Изд. «Интернаука», 2021. С. 170 – 174.

- Перов И.В. ст. гр. РС081. Современная коммерческая реклама: состояние, проблемы, направления совершенствования / И.В. Перов // Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССХVIII Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 23(218). – М., Изд. «Интернаука», 2021.

- Бакал К.Б. ст. гр. 4ЦКМ91 К вопросу об особенностях современной коммерческой рекламы / К.Б. Бакал // Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССХIX Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 24(219). – М., Изд. «Интернаука», 2021.

Титова А.А. гр. мРБ91 Влияние рекламы и связей с общественностью на современный бизнес / А.А. Титова. // Сборник статей IV Международной научно-практической конференции «Новые научные исследования» (20 августа 2021 г. г. Пенза). Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение», 2021. С. 82-85. [Электронный ресурс] URL: <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2021/08/МК-1164.pdf>

Швелидзе Н.Р. ст. гр. мБ001 Методические подходы к оценке удовлетворенности потребителей услугами и рекламой// АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ: сборник статей XII Международной научно-практической конференции. В 2 ч. Ч. 1. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2021. С.234-238

- Киселева А.А. ст. гр. мБР91 представила научную работу конкурс НИРС (в рамках грантовой поддержки) в НГУЭиУ, стала победителем, получила грант. Тема конкурсной работы: «Внешние коммуникации в организации: состояние, проблемы и направления совершенствования».

Лубягин Д.В. ст. гр. РС081. Уникальное торговое предложение в организации / Д.В. Лубягин, Е.В. Черникова // Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССИ Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 6(201). – М., Изд. «Интернаука», 2021. <https://www.internauka.org/authors/lubyagin-denis-valerevich>

Видлогин Ф.А. ст. гр. РС081. Политическая реклама в современном обществе / Ф.А. Видлогин // Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССXXVII Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 32(227). – М., Изд. «Интернаука», 2021.

Гашигуллин Р.А. ст. гр. гр. мМУБ01. Маркетинговые стратегии: понятие, особенности, важность для бизнеса// Экономика и предпринимательство в современном цифровом пространстве: сборник статей Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2021. – С.40-43 (30 мая, г. Пенза) <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2021/05/%D0%9C%D0%9A-1109.pdf>

Гашигуллин Р.А. ст. гр. гр. мМУБ01. Современное понимание маркетинга//Научные исследования студентов и учащихся: сборник статей Международной научно-практической конференции. В 2 ч. Ч. 1. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2021. – С. 21-24 (30 мая, г. Пенза) <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2021/06/МК-1108-1.pdf>

- Казаков А.О. ст. гр. РС071 Имидж организации: состояние, проблемы, направления совершенствования// Электронный научно-практический журнал трибуну что новый выпуск 09/2021 <https://tribune-scientists.ru/articles/1864>

- Казаков А.О. ст. гр. РС071 Следования портрета потребителя: социально демографических, экономических, психологических, поведенческих характеристик// Электронный научно-практический журнал трибуну что новый выпуск 09/2021 <https://tribune-scientists.ru/articles/1863>

- Казаков А.О. ст. гр. РС071 Мама в сети интернет: состояния, проблеме, перспективы развития //Электронный научно-практический журнал трибуну что новый выпуск 09/2021 <https://tribune-scientists.ru/articles/1867>

Герин.К.В.ст. гр. мБО001. Современные проблемы интернет маркетинга и их решение / К.В. Герин. // Студенческий вестник. 2021. №9 (154). Часть 2. С.66-68. [Электронный ресурс]. URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/154>

Жеребцова О. В. ст. гр. мБО01 Социальные сети как инструмент продвижения компании // Сборник статей VI Международной научно-практической конференции «Наука и современное общество: актуальные вопросы, достижения и инновации» (г. Пенза, 28 февраля

2021). Пенза: Наука и просвещение, 2021. С 65-70. [Электронный ресурс] URL: <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2021/03/%D0%9C%D0%9A-1029.pdf>

Хатановская И.Ю. ст. гр. мРБ91. Онлайн-каналы и инструменты продвижения в интернете в контексте концепции маркетинговых коммуникаций // Сборник статей II Международной научно-практической конференции «Развитие современной экономики: актуальные вопросы теории и практики (г. Пенза, 25 сентября 2021). Пенза: МЦНС «Наука и просвещение», 2021. С. 11-14. [Электронный ресурс] URL: <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2021/09/%D0%9C%D0%9A-1185.pdf>

Киселева А.А. ст. гр. мРБ91. Investor relations (IR) как направление внешних коммуникаций: характеристика и принципиальные особенности // Сборник статей Международной научно-практической конференции «Форум молодых исследователей (г. Пенза, 20 сентября 2021). Пенза: МЦНС «Наука и просвещение», 2021. С. 152-154. [Электронный ресурс]. URL: <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2021/09/МК-1183.pdf>

Шиганова М.В., мРБ91 Состояние системы продвижения организации ООО «Сибирский проект» «Научное сообщество студентов. Междисциплинарные исследования»: Электронный сборник статей по материалам CXVI студенческой международной научно-практической конференции. Новосибирск: Изд. ООО «СибАК». 2021. № 9(116) / [Электронный ресурс] URL: [https://sibac.info/archive/meghdis/9\(116\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/9(116).pdf) РИНЦ
Крандеева К.С., мМУБ01 Научные подходы к трактовке категории «лояльность» Инновационные научные исследования: актуальные вопросы теории и практики: сборник статей XXV Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2021. С.44-46
Хачатрян Л.С., мМУБ01 Модели потребительской удовлетворенности Инновационные научные исследования: актуальные вопросы теории и практики: сборник статей XXV Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2021. С.50-53
Хачатрян Л.С., мМУБ01 Методические подходы к оценке удовлетворенности потребителей Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей XLVIII Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2021. –С.110-113.
Глазова Д.И. студ. гр. ЦКМ801. Удовлетворенность студентами образовательным процессом: понятие и особенности Меридиан. – 2021 - № 5 (58). <http://meridian-journal.ru/site/article?id=5184>
Виневич Д.А. , ст. гр. мМУБ01 К вопросу об определении понятий «Продвижение высшего учебного заведения» Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССХХХ Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 35(230). – М., Изд. «Интернаука», 2021.
Беспалова М.Д., мРБ91 Исследование бренда организации Научный электронный журнал «Меридиан». 2021. №7 (60). [Электронный ресурс].

Шаган А.И., мБО001 Особенности рекламной деятельности образовательных услуг Студенческий вестник. 2021. 36(181). С. 80 - 82. [Электронный ресурс].

Меладзе М.М., мМУБ001 Модифицированная модель удовлетворенности для российского рынка образовательных услуг НАУКА, ОБРАЗОВАНИЕ, ОБЩЕСТВО: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ: сборник статей III Международной научнопрактической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2021. С. 52-56 <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2021/10/%D0%9C%D0%9A-1204.pdf>
Меладзе М.М., мМУБ001 Методика оценки удовлетворенности студентов услугами и рекламой НОВЫЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: сборник статей V Международной научнопрактической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2021. – С.56-59

Шаган А.и. мБОУ001	Особенности проведения рекламной кампании учебного заведения в период пандемии	Студенческий научный журнал
выпуск номер 32 (160) часть первая 2021		
Перцева С.В., ст. гр. 4РС081	Рекламная деятельность в сфере туризма: состояние, проблемы и направления совершенствования	НАУКА, ОБРАЗОВАНИЕ, ОБЩЕСТВО: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ: сборник статей III Международной научнопрактической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2021.
Сорокина А.В., ст. гр. ЦКМ801	Исследование товарного ассортимента: применяемые методы	Столица науки. - 2021. - №10 (39)
Подкопаева П.А., РС0 901	Понятие удовлетворенности потребителей рекламой	Студенческий вестник»: научный журнал. – № 44 (189), часть 6. Москва, Изд. «Интернаука», 2021. – с. 59-61 (электронный адрес: https://studvestnik.ru/archive2/vestnik/44(189_6).pdf)
Кузнецова П.В., гр. РС0901	Обзор рекламных исследований в политической сфере	Студенческий вестник»: научный журнал. . – № 41 (186), часть 4. Москва, Изд. «Интернаука», 2021. – с. 50-52 (электронный адрес: URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47275362 Статья, науч. рук-ль
Круглая Т.С. РС0 901	Удовлетворенность потребителей рекламой как разновидность маркетинговых исследований: понятие, роль, методы	Студенческий: электрон. научн. журн. 2021. № 35(163). URL: https://sibac.info/journal/student/164/228419 Статья,
Крысова Т.Е. РС0 901	Обзор рекламных исследований о влиянии рекламы на покупательское поведение на примере молодежи	Трибуна ученого»: научно-практический журнал. – № 12/2021. Москва. Электронный документ: https://tribune-scientists.ru/articles/2035 Статья, науч. рук-ль
Круглая Т.С. РС0 901	Оценка удовлетворенностью рекламой потребителями	"Трибуна ученого»: научно-практический журнал. – № 12/2021. Москва. Электронный документ: https://tribune-scientists.ru/media/p_articles/Круглая.pdf " Статья,
Божко М.В РС0 901	Рекламные исследования: подходы к понятию и принципы проведения	Студенческий вестник»: научный журнал. . – № 46 (191), часть 6. Москва, Изд. «Интернаука», 2021. – с. 66-70 (электронный адрес: URL: https://www.internauka.org/journal/stud/herald/191#article-321321 Статья,
ЛЕСКОВА Ю.Р. мМУБ001	Подходы ученых к понятию "маркетинг"	Финансы и реальный сектор экономики в современных условиях: сборник статей III Международной научно-практической конференции 5 декабря 2021 г. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2021. –С.14-17. https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2021/12/%D0%9C%D0%9A-1245.pdf Статья,
ЛЕСКОВА Ю.Р. мМУБ001	Маркетинговые стратегии компаний лидеров рынка: понятие и виды	ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ: сборник статей IV Международной научно-практической конференции 25 января 2022 – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». . – С.32-35. https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2022/01/%D0%9C%D0%9A-1297.pdf Статья,
Сеничкина А.С. РС0 901	Рекламные исследования: понятие, назначение, роль	Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2021. № 5 (197). URL: https://www.internauka.org/journal/stud/herald/197 Статья
Ежова В.А. мМУБ001	Методические подходы по оценке потребительской лояльности организации	Вопросы студенческой науки. Сборник научных статей. №11 (63.) Ноябрь 2021. С.134-148 г. https://sciff.ru/wp-content/uploads/2022/01/Sciff_11_63.pdf
Семенникова С.В. РС0 901	Маркетинговые исследования: понятие, роль, назначение	Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2021. № 46(191). URL: https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/191

Публикации 2022

111. Репова Д.С. РСО 901 Рекламные исследования как вид маркетинговых исследований: понятие, роль, методы Трибуна ученого»: научно-практический журнал. 2022. – № 2. Москва. Электронный документ: <https://tribune-scientists.ru/articles/2195> Статья
112. Лёвкина К.А. мМУБ01 Методические подходы к оценке потребительской лояльности Трибуна ученого»: научно-практический журнал. № 3/2022. Москва. Электронный документ: <https://tribune-scientists.ru/articles/2205> Статья
113. Биджонян К.С. мМУБ01 Анализ конкурентоспособности организации на примере ООО «Сылдыс» АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ: сборник статей XVII Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2022. – 88-92 <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2022/03/МК-1337.pdf> Статья
114. Любарская, К. А., гр. мРБ01 Подходы к оценке эффективности выставочной деятельности организации Молодой ученый. – 2022. – № 7 (349). – С. 173-175. – URL: <https://moluch.ru/archive/349/78556/> Статья
115. Фролкина В.В. мМУБ01 Сущность маркетинговой стратегии в организации Трибуна ученого»: научно-практический журнал. 2022., № 3. Москва. <https://tribune-scientists.ru/articles/2208> Статья
116. Кащеев В.О. мМУБ001 Реклама в политической сфере: понятие, задачи, теоретические подходы Научный электронный журнал «Инновации. Наука. Образование \ Отв. ред. Статья
117. Кащеев В.О. мМУБ001 Удовлетворенность потребителей: понятие, факторы, модели Научный электронный журнал «Инновации. Наука. Образование \ Отв. ред. Статья
118. Тонышев Алексей Романович, Будникова Мария Кирилловна (ИМК802) II Международная научно-практической конференция «Наука и образование: актуальные вопросы, достижения и инновации» (Пенза, МЦНС «Наука и Просвещение», 20.03.2022) Тонышев А.Р., Будникова М.К. Особенности контекстной рекламы в сегменте B2B // Наука и образование: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей II Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2022. – С. 55-57. Сертификат участника. Публикация: <https://s623760.sendpul.se/sl/MjU1OTQxNDY1/c18047bf5eac9adff8b9a68d7b0f9231416e4s1>
119. Будникова М. К., Тонышев А.Р. (ИМК802) II Международная научно-практической конференция «Наука и образование: актуальные вопросы, достижения и инновации» (Пенза, МЦНС «Наука и Просвещение», 20.03.2022) Будникова М.К., Тонышев А.Р. Специфика интернет-продвижения медицинской клиники посредством контекстной рекламы // Наука и образование: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей II Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2022. – С. 58-60. Сертификат участника. Публикация: <https://s623760.sendpul.se/sl/MjU1OTQxNDY1/c18047bf5eac9adff8b9a68d7b0f9231416e4s1>
120. Олейник Екатерина Александровна (ИМК802) II Международная научно-практической конференция «Наука и образование: актуальные вопросы, достижения и инновации» (Пенза, МЦНС «Наука и Просвещение», 20.03.2022) Олейник Е.А. Отличия digital-маркетинга от интернет-маркетинга // Наука и образование: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей II Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2022. – С. 61-62. Сертификат участника. Публикация: <https://s623760.sendpul.se/sl/MjU1OTQxNDY1/c18047bf5eac9adff8b9a68d7b0f9231416e4s1>

121. группа МРБ01 Ключкина А.С." Интернет технологии в формировании и продвижении бренда/ Научный электронный журнал «Меридиан» - №2(64). 2022. С. 67-69. [Электронный ресурс] URL: <https://meridian-journal.ru/site/journal?id=920&pdf=1> . Статья
122. Глухова Е.А. . мМУБ001 Методические подходы к оценке потребительской лояльности и инструменты ее измерения Вопросы студенческой науки. Сборник научных статей. №3 (67.) Март 2022. С.57-105. https://sciff.ru/sciff_03_67/ Статья
123. Сафонова Елена Алексеевна (ИМК802) XVII Международная научно-практическая конференция "Научные исследования молодых ученых" г. Пенза, 23.03.2022 Сафонова Елена Алексеевна "Особенности и инструменты маркетинговой деятельности в beauty-сфере" //Сборник статей XVII Международной научно-практической конференции "Научные исследования молодых ученых"– Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2022. – С. 70-72. Сертификат участника. Публикация: <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2022/03/МК-1349.pdf>
124. Шабинская Ольга Руслановна (ИМК801) Публикация Шабинская, О. Р. Оценка эффективности сайта: подходы и инструменты / О. Р. Шабинская. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2022. — № 12 (407). — С. 100-102. — URL: <https://moluch.ru/archive/407/89613/> Свидетельство о публикации научной статьи. Публикация: <https://moluch.ru/archive/407/89613/>
125. Моргачева Е.А. РС0 901 Этапы проведения маркетингового исследования: подход ученых Трибуна ученого»: научно-практический журнал. – № 2/2022. Москва. Электронный документ: <https://tribune-scientists.ru/archive/51>
126. Стёпин Е.О. РС0901 Рекламные исследования: понятия, виды, этапы и значимость Трибуна ученого»: научно-практический журнал. – № 2/2022. Москва. Электронный документ: https://tribune-scientists.ru/media/p_articles/%D0%A1%D1%82%D1%91%D0%BF%D0%B8%D0%BD.pdf
127. Гаус А.В. РС0901 Рекламное исследование как разновидность маркетингового: понятие, сущность и методы Трибуна ученого»: научно-практический журнал. – № 2/2022. Москва. Электронный документ: <https://tribune-scientists.ru/archive/51>
128. Цилер А.А. ЦКМ 901 Виды маркетинговых исследований и их классификация по различным признакам Трибуна ученого»: научно-практический журнал. – № 2/2022. Москва. Электронный документ: <https://tribune-scientists.ru/articles/2035>
129. Бочкала И.И. РС0 901 Обзор рекламных исследований о влиянии рекламы на покупательское поведение» Трибуна ученого»: научно-практический журнал. – № 2/2022. Москва. Электронный документ: https://tribune-scientists.ru/media/p_articles/Бочкала.pdf
130. Марьин К.Е., гр мБО01в "ВИДЫ И ЖАНРЫ ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ" "Меридиан", Выпуск №1(63)'2022 - <https://meridian-journal.ru/site/article?id=5464>

131. Бакал К.Б., 4ЦКМ91 К вопросу об особенностях PR-деятельности в шоу-бизнесе Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССXLIV Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 2(244). – М., Изд. «Интернаука», 2022.
132. Барель В.А., 4 ЦКМ91 Роль релевантности в интернет-рекламе Научный Лидер. – 2022. – № 3(48). – С. 60-61.
133. Старовойтова А.Д., 4ЦКМ91 ЦЕНОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: ОЦЕНКА ОТНОШЕНИЯ К ЦЕНЕ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ МЕТОДЫ И РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ДЛЯ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ Интернаука: электрон. научн. журн. 2022. № 4(227). URL: <https://internauka.org/journal/science/internauka/227>
134. Меладзе М. мМУБ001 Факторы удовлетворенности студентов услугами и рекламой ЭКОНОМИКА И СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ, ПРАКТИКА: сборник статей XIV Международной научнопрактической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2022. – С.38-41 <https://elibrary.ru/item.asp?id=48213330&pff=1>
135. Брилева К.С., гр. мБо01 Роль социальных сетей в продвижении вуза на рынке образовательных услуг / К.С. Брилева, И.Ю. Харламова // Научный электронный журнал "Меридиан". –2022. – №2(64). – С. 87-92. [Электронный ресурс]. URL: <http://meridian-journal.ru/site/article?id=5502&pdf=1>
136. Любарская, К. А., гр. мРБ01 Оценка эффективности выставочной деятельности организации / К. А. Любарская. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2022. — № 14 (409). — С. 173-175.
137. Кикоть Н 4PCO81 Сущность и функции рекламы// журнал «Энигма» [https://enigma-sci.ru/ekonomicheskie_nauki/SUShNOST I FUNKcii_REKLAMY.pdf](https://enigma-sci.ru/ekonomicheskie_nauki/SUShNOST_I_FUNKcii_REKLAMY.pdf) (enigma-sci.ru)
138. Чуркина П PCO71 Методы эффективности электронный средств массовой коммуникации//международный научный журнал «Вестник науки» № 4 (49) Т.1
139. Аладко В PCO71 "Организация и проведение кампаний по связям с общественностью // международный научный журнал «Вестник науки» № 3 (48) Т.4"
140. Аладко В PCO71 Исследование особенностей рекламы в сфере культуры и искусства// международный научный журнал «Вестник науки» № 6 (39) Т.4

141. Рудакова А 4PCO81 Связи с общественностью в формировании корпоративной культуры в организации: состояние, проблемы, направления совершенствования// сборник научных статей по итогам работы международного научного форума «Наука и инновации- современные концепции. 2021г. С.65-70
142. Глазова ДЦКМ801 Виды и особенности контента в Instagram//электронный научный журнал «Меридиан» № 2 (64) 2022
143. Пешкова Е ЦКМ801 Продвижение личного бренда в социальной сети Instagram: разработка стратегии и оценка эффективности // Студенческий: электрон. научн. журн. 2022. No 5(175). URL: <https://sibac.info/journal/student/175/241737>
144. Гуляева М ЦКМ801 Концепт телесмотрения, современное состояние и развитие теплоснабжения // «Студенческая наука: актуальные вопросы, достижения и инновации» сборник статей 6 международной научно-практической конференции, 12.12.2021 г. Пенза. С.369-341
145. Сорокина А ЦКМ801 Проектирование рекламных кампаний: понятие и этапы//«Столица Науки». 2021. [Электронный ресурс]. URL: <https://ftp.scientific-capital.ru/dec2021/07122021.pdf>
146. Назаренко П ЦКМ801 Реклама в интернете: понятие, особенности, виды и пути развития//11 «Молодые ученые России» всероссийская научно-практическая конференция с 76-80
147. Ефремова К 4PCO81 Таргетированная реклама: механика, оценка эффективности и перспективы// ССLIII международная научно-практическая конференция «Молодой исследователь: вызовы и перспективы» № 10(252). – М., Изд. «Интернаука», 2022. <https://www.internauka.org/young-scientist/researcher>
148. Барсуков М PCO801 Принципы выбора телевизионных каналов и телепередач для размещения рекламы// ССLIV международная научно-практическая конференция «Молодой исследователь: вызовы и перспективы» № 11(253). – М., Изд. «Интернаука», 2022.
149. Кисленко Я 4PCO81 Сущность и цели PR деятельности//https://enigma-sci.ru/domains_data/files/ROOT_DIRECTORY/SUSHNOST%20I%20CELI%20PR%20DEYATELNOSTI%20V%20SFERE%20TELEKOMMUNIKACIY.pdf Раздел: https://enigma-sci.ru/ekonomicheskie_nauki/
150. Степин А 4PCO81 Рестайлинг фирменного стиля организации в интернет-среде //Общество, наука, инновации сборник статей 21 всероссийской научно-практической конференции 12 апреля-30 апреля 2021г. Том 1. С. 204-221

151. Швенк Н 4PCO81 "Продвижение коммерческой организации в социальных сетях// Менеджмент и маркетинг: современное состояние, технологии и тенденции развития (сборник научных статей) ФГБОУВО «Чувашский государственный педагогический университет им И.Я. Яковлева»"
152. Чуркина П PCO71 Оценка эффективности социальной рекламы// «Вестник науки» международный научный журнал, №10 (43) Т.4
153. Глазова ДЦКМ801 Удовлетворенность образовательным процессом// электронный научный журнал «Меридиан» № 5(58) 2021
154. Дубанова Т.С., Жеребцова К.О. мБО01в Основные показатели оценки эффективности рекламной кампании // Развитие современной экономики: актуальные вопросы теории и практики. Сб. статей IV международной научно-практической конференции. Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». 2022. С. 20-23.
155. Кургулова С.К. мБО01в Особенности анализа конкурентов социальных медиа для бизнес модели в ютубе на примере организации (по материалам компании «Эколайн») // В сборнике материалов 15-й студенческой международной научно-практической конференции «научное сообщество студентов 21-го столетия» секции экономические науки
156. Аликова Е. С. мБО01в Анализ коммуникационных стратегий компаний оптовой и розничной торговли электротехнической продукцией // Экономика и право. Современное состояние и перспективы развития: сборник статей Международной научно-практической конференции (5 мая 2022 г.). – Петрозаводск: МЦНП «Новая наука», 2022. – С. 87-92.
<https://sciencen.org/assets/Kontent/Konferencii/Arhiv-konferencij/KOF-515.pdf>
157. Левчук О.А. мБО01в Тенденции коммуникационных стратегий вузов в социальной сети «ВКонтакте» // Наука, общество, культура: проблемы и перспективы взаимодействия в современном мире: сборник статей VIII Всероссийской научно-практической конференции - г. Петрозаводск: МЦНП «Новая наука» . – 2022. – С. 36-40. URL:
<https://sciencen.org/assets/Kontent/Konferencii/Arhiv-konferencij/KOF-520.pdf>
158. Ялбаева В.А. мБО01в Особенности продвижения социальной сети ВКонтакте// Актуальные вопросы экономики: сборник статей 11-й международной научно-практической конференции. – Пенза: наука и просвещение, 2022-й (25 апреля) С. 35
159. Трушко А.А. мБО01в Этапы разработки рекламной кампании// вестник науки международный научный журнал №5, Т3, город Тольятти 15 мая 2022г.

160. Марьин К.Е. мБОУ1в Особенности рекламы в современных политических компаниях в Российской Федерации по каналам распространения\ \ Форум молодых исследователей, сборник статей третий международной научно-практической конференции, 12 мая 2022г. город Пенза
161. Ермолович-Рот Ю., гр. РС081 СМИ как основной канал воздействия PR–технологий» / Ю.А. Ермолович-Рот // Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССII Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 10(252). – М., Изд. «Интернаука», 2022.
162. Корсакова А., гр. РС081 Реклама и PR-деятельность в сфере шоу-бизнеса / А.И. Корсакова // Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССIII Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 11(253). – М., Изд. «Интернаука», 2022.
163. Антоненко А.С. РС0901 "Обзор рекламных исследований в сфере туризме // Студенческий вестник»: научный журнал. – № 13(205). Москва, Изд. «Интернаука», 2021. – с.16-19. URL: <https://www.internauka.org/journal/stud/herald/205>
164. Рябцева Е.А. РС0901 "Рекламные исследования: цель, задачи, этапы//Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2022. № 13(205). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/205>
165. Барсуков М, РС0801 Исследование продукта: задачи, основные направления, проблемы и разработка рекомендаций по совершенствованию концепции нового продукта//Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССIV междунар. науч.-практ. конф. — № 12(254). — М., Изд. «Интернаука», 2022. – 206 с.
166. Ежова В.А., мМУБ001 Система управления лояльностью потребителей в компании ООО ПЦ «Финансовый Защитник» //Вопросы студенческой науки. Сборник научных статей. №4 (68.) Апрель 2022. С.403-413 https://sciff.ru/wp-content/uploads/2022/05/Sciff_04_68.pdf
167. Кузнецова Е.А. мРБ01 Особенности продвижения организации в сфере консалтинговых услуг с использованием рекламных и PR-технологий // Научный потенциал молодежных исследований: Всероссийские научные чтения имени академика Д.С. Лихачева: сборник статей Всероссийской научно-практической конференции (28 марта 2022 г.) – Петрозаводск : МЦНП «Новая наука», 2022. С. 17-22. [Электронный документ] URL: <https://sciencen.org/assets/Kontent/Konferencii/Arhiv-konferencij/KOF-485.pdf>
168. Ключкина А.С. мРБ01 Интернет технологии в формировании и продвижении бренда// Научный электронный журнал «Меридиан» - №2(64). 2022. С. 67-69. [Электронный ресурс] URL:<https://meridian-journal.ru/site/journal?id=920&pdf=1>.

169. Лескова Ю.Р. ., мМУБ001 "Исследование состояния маркетинга посредством изучения конкурентоспособности на примере ООО «Компания А» //АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ НАУКИ 2022: сборник статей Международной научнопрактической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2022. – С.56-60
<https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2022/05/%D0%9C%D0%9A-1394.pdf>
170. Шилов А.А. , ЦКМ901 "Основные подходы к определению рекламных исследований как разновидности маркетинговых исследований и их роль // Научно-практический журнал трибуна ученого. - 2022. - №05/2022 [Электронный ресурс]. - URL:
<https://tribune-scientists.ru/articles/2286>
171. Левчук О. мБО01в Тенденции коммуникационных стратегий вузов в социальной сети «ВКонтакте» Тенденции коммуникационных стратегий вузов в социальной сети «ВКонтакте» // НАУКА, ОБЩЕСТВО, КУЛЬТУРА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ : сборник статей VIII Всероссийской научно-практической конференции (12 мая 2022 г.) – Петрозаводск : МЦНП «Новая наука», 2022. – С. 36-40.
172. Никулина, Е. И. мРБ01 "Особенности формирования имиджа вуза с помощью рекламных технологий / Е. И. Никулина // Современные научно-исследовательские решения в условиях технологических и цифровых новаций: материалы XXXXI Всероссийской научно-практической конференции – Ростов-на-Дону, Изд. «Южный университет ИУБиП», 2021. Ч.1. – С. 680-683. – URL:
<http://nauka-prioritet.ru/wp-content/uploads/2021/12/3-%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%B1%D1%80%D1%8F-2021-%D1%87%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%8C-1.pdf> (дата обращения: 03.12.2021)
173. Логутова А. ., мМУБ01 Качественные и количественные методы исследования Развитие общества и науки России в эпоху кризиса. Материалы 111 Всероссийской практической конференции (г. Ростов-на-Дону 13 апреля 2022) с. 120-126
<https://disk.yandex.ru/i/yfXmhMD9KD8W6Q>
174. Логутова А. ., мМУБ01 Торговая марка и бренд: основные понятия, подходы ученых ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАУЧНОЙ ЦИВИЛИЗАЦИИ, ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ. Материалы XV Международной научно-практической конференции. В 2-х частях. Ставрополь, 2022. С.461-466 <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=48316233&pff=1>
175. Фролкина В.В. мМУБ01 Сущность маркетинга в организации Трибуна ученого»: научно-практический журнал. – № 5/2022. Москва. (<https://tribune-scientists.ru/articles/2288>)

176. Фролкина В.В. мМУБ01 Научные подходы к определению понятия «маркетинг Трибуна ученого»: научно-практический журнал. – № 5/2022. Москва. (<https://tribune-scientists.ru/articles/2288>)
177. Галат-Роговой М.А., РС0901 Понятия и методы рекламных исследований на рынке товаров народного потребления Трибуна ученого»: научно-практический журнал. – № 5/2022. Москва. https://tribune-scientists.ru/media/p_articles/Галат-Роговой.pdf
178. Виневич Д.А. мМУБ01 Продвижение высшего учебного заведения на рынке образовательных услуг: к экспликации понятия Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2022. № 9(201). – URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/201>
179. ЛЕСКОВА Ю.Р. мМУБ001 Маркетинговые стратегии компаний лидеров рынка: понятие и виды ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ: сборник статей IV Международной научно-практической конференции 25 января 2022 – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». . – С.32-35.<https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2022/01/%D0%9C%D0%9A-1297.pdf>
180. Кузнецова Е.А. Анализ продвижения организации с использованием PR-технологий Сборник материалов XIII Международной научно-практической конференции. 2022 – 581 с. С. 456-460. [Электронный документ] URL: file:///C:/Users/mvideo/Documents/Магистар/Статьи/2022_МКАП%2013.pdf
181. Любарская, К. А. Современные возможности позиционирования организации на выставочно-ярмарочных мероприятиях Молодой ученый. — 2022. — № 36 (431). — URL: <https://moluch.ru/archive/431/94769/> (дата обращения: 10.09.2022).
182. Молокова А.А., мБО01в Современные инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций в онлайн сред международном научном журнале «Молодой учёный» №39 (434), сентябрь 2022 г., URL: <https://moluch.ru/archive/434/95106/>
183. Молокова А.А., мБО01в Важность интегрированных маркетинговых коммуникаций в продвижении организации Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции «УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ РОССИИ – 2022», которая состоялась 26 сентября 2022 г. в г. Петрозаводске.
184. Мамонтова Е.И., 4ЦКМ91 ПОТЕНЦИАЛ ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ b06fdc_7e70ed2b65c74891a7253e58efaa9d0e.pdf (forum-nauka.ru)
185. Шарухина А.С., 4ЦКМ91 Совершенствование PR-деятельности на примере благотворительного фонда Варезжа Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2022. № 32(224). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/224>

186. Лонская П.В., 4ЦКМ91 Связи с общественностью в коммерческих структурах Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2022. № 32(224). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/224>
187. Гончарова Ю.С., 4ЦКМ02 Совершенствование рекламной деятельности Актуальные вопросы современной науки и образования: сборник научных статей, 5 сентября 2022.
188. Гордзий Е. Е., 4ЦКМ01 Особенности политической рекламы Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2022. № 31(223). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/223>
189. Шарухина А.С. «Совершенствование PR-деятельности на примере благотворительного фонда Варежка» // Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2022. № 32(224). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/224>
190. Шарухина А.С. Особенности восприятия, и проблемы, связанные с рекламой банка «Почта банк» // Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2022. № 32(224). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/224>
191. Якубюк Н.С. Корпоративный сайт как инструмент продвижения компании в сети Интернет // Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2022. № 32(224). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/224>
192. Ермолович-Рот Ю.А. Исследование потребителя / Ю.А. Ермолович-Рот // Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССLXXVI Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 34(276). – М., Изд. «Интернаука», 2022.
193. Магдеева Ю.Р. Формы организации информационного поля в средствах массовой коммуникации: информация, развлечения и реклама / Ю.Р. Магдеева // Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССLXXVI Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 34(276). – М., Изд. «Интернаука», 2022.
194. Тарабанова Д.А. Маркетинговые подходы к воздействию на решения покупателей о покупке товаров в местах продажи. Принципы композиции. Особенности восприятия покупателем форм и объемов / Д.А. Тарабанова // Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССLXXVI Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 34(276). – М., Изд. «Интернаука», 2022.

195. Ермолович-Рот Ю.А. Социальная реклама в России / Ю.А. Ермолович-Рот // Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССLXXVI Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 34(276). – М., Изд. «Интернаука», 2022.
196. Ермолович-Рот Ю.А. Реклама соков / Ю.А. Ермолович-Рот // Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССLXXVI Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 34(276). – М., Изд. «Интернаука», 2022.
197. Перов И.В. Функции массовых коммуникаций в современном обществе / И.В. Перов // Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССLXXVI Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 34(276). – М., Изд. «Интернаука», 2022.
198. Лубягин Д.В. Реклама торгового предприятия / Д.В. Лубягин // Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССLXXVI Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 34(276). – М., Изд. «Интернаука», 2022.
199. Коваленко А.Е. Особенности организации рекламной кампании в Интернете // Интернаука: электрон. научн. журн. 2022. № 36(259). URL: <https://internauka.org/journal/science/internauka/259> (дата обращения: 17.10.2022).
200. Ефременко Е.В. ОРГАНИЗАЦИЯ PR-КАМПАНИИ / Е.В. Ефременко // Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССLXXV Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 33(275). – М., Изд. «Интернаука», 2022.
201. Ефременко Е.В. Наружная реклама: состояние, виды, перспективы развития / Е.В. Ефременко // Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССLXXIX Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 37(279). – М., Изд. «Интернаука», 2022.
202. Корсакова А.И. Исследование целевой аудитории после проведения рекламной или рг-кампании: отношение и удовлетворенность, проблемы, предложения по совершенствованию (НА ПРИМЕРЕ «АЛЛО,МАМА») // Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2022. № 34(226). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/226>

203. Кузнецова Е.А. Анализ продвижения организации с использованием PR-технологий Сборник материалов XIII Международной научно-практической конференции. 2022 – 581 с. С. 456-460. [Электронный документ] URL: file:///C:/Users/mvideo/Documents/Магистар/Статьи/2022_МКАП%2013.pdf Поюснина Л.К.
204. Любарская, К. А. Современные возможности позиционирования организации на выставочно-ярмарочных мероприятиях Молодой ученый. — 2022. — № 36 (431). — URL: <https://moluch.ru/archive/431/94769/> (дата обращения: 10.09.2022). Поюснина Л.К.
205. Молокова А.А., мБ001в Современные инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций в онлайн сред международном научном журнале «Молодой учёный» No39 (434), сентябрь 2022 г., URL: <https://moluch.ru/archive/434/95106/> Шадрина Л.Ю.
206. Молокова А.А., мБ001в Важность интегрированных маркетинговых коммуникаций в продвижении организации Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции «УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ РОССИИ – 2022», которая состоялась 26 сентября 2022 г. в г. Петрозаводске. Шадрина Л.Ю.
207. Мамонтова Е.И., 4ЦКМ91 ПОТЕНЦИАЛ ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ b06fdc_7e70ed2b65c74891a7253e58efaa9d0e.pdf (forum-nauka.ru) Шадрина Л.Ю.
208. Шарухина А.С., 4ЦКМ91 Совершенствование PR-деятельности на примере благотворительного фонда Варезка Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2022. № 32(224). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/224> Черникова Е.В.
209. Лонская П.В., 4 ЦКМ91 Связи с общественностью в коммерческих структурах Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2022. № 32(224). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/224> Черникова Е.В.
210. Гончарова Ю.С., 4ЦКМ02 Совершенствование рекламной деятельности Актуальные вопросы современной науки и образования: сборник научных статей, 5 сентября 2022. Черникова Е.В.
211. Гордзий Е. Е., 4ЦКМ01 Особенности политической рекламы Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2022. № 31(223). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/223> Черникова Е.В.

212. Кузнецова Е.А., гр. мМУБ01 Анализ продвижения организации с использованием PR-технологий Актуальные проблемы науки и образования в условиях современных вызовов»,(2022, Москва)./ Сборник материалов XIII Международной научно-практической конференции. 2022 – 581 с. С. 456-460. [Электронный документ] URL: file:///C:/Users/mvideo/Documents/Магистар/Статьи/2022_МКАП%2013.pdf Публикация Плюснина Л.К.
213. Кузнецова Е.А., гр. мМУБ01 Программа продвижения организации: цель, задачи, направления Фундаментальная и прикладная наука: состояние и тенденции развития : сборник статей XXIII Международной научно-практической конференции (26 сентября 2022 г.). – Петрозаводск : МЦНП «Новая наука», 2022.— С. 48-52. [Электронный документ] URL: <https://sciencon.org/assets/Kontent/Konferencii/Arhiv-konferencij/KOF-608.pdf> Публикация Плюснина Л.К.
214. Никулина Е.И., гр. мМУБ01 Особенности использования рекламных и PR-технологий для формирования имиджа вуза в интернет-пространстве Научный электронный журнал «Меридиан» – №2(55). 2021. С. 50-54. [Электронный ресурс] URL: <http://meridianjournal.ru/site/journal?id=911&pdf=1> Публикация Плюснина Л.К.
215. Двинская КС., гр. мМУБ01 Современные направления развития некоммерческого интернет-маркетинга Развитие науки и образования: новые подходы и актуальные исследования. Сборник научных трудов по материалам XXXIII Международной научно-практической конференции (г.к. Анапа, 23 сентября 2022 г.). – Анапа: Изд-во «НИЦ ЭСП» в ЮФО, 2022. - 17 с - <https://innova-science.ru/wp-content/uploads/2022/09/sbornik-nauchnyh-trudov-23.09.2022-rno-33.pdf> Публикация Теренина Н.Л.
216. Иванова К.Н., гр. мМУБ01 Совершенствование фандрайзинговой деятельности в социальной сфере на примере МБУ г. Новосибирска городской центр социальной помощи семье и детям «Заря» / К. Н. Иванова Меридиан. 2022. № 3 (65). С. 250-252. [Электронный ресурс] URL: <http://meridian-journal.ru/site/article?id=5564> Публикация Плюснина Л.К.
217. Еномян Т.А., мМУБ01 Понятие и типы потребительской лояльности Экономика и социум. Электронное периодическое издание. №10(101).2022 https://www.iupr.ru/_files/ugd/b06fdc_ffa84e1985044e7089b5e7856e5c719e.pdf?index=true Статья Воловская Н.М.
218. Еномян Т.А., мМУБ01 Маркетинговые инструменты формирования лояльности потребителей Экономика и социум. Электронное периодическое издание. №10(101).2022 https://www.iupr.ru/_files/ugd/b06fdc_3ff1920a941d4496947db258a80d094e.pdf?index=true Статья Воловская Н.М.

219. Глухова Е.В., мМУБ01 Исследование лояльности потребителей товаров для ремонта и обустройства дома к DIY-сети "Развитие современной науки: опыт теоретического и эмпирического анализа. Сборник статей Международной научно-практической конференции, состоявшейся 18 октября 2022 г. в г. Петрозаводске... - С.78-86
220. Попова А.М., мМУБ01 Методические подходы к оценке потребительского поведения и влиянию на него рекламы Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2022. № 36(228). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/228> Статья Воловская Н.М.
221. Биджоян К.С., мМУБ01 Проблемы, предложения и рекомендации по исследуемой проблеме по теме «Управление маркетингом с целью совершенствования конкурентоспособности организации» Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей LX Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2022 -С.84-88 <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2022/10/МК-1513.pdf> Статья Воловская Н.М.
222. Аликова ЕС, ст. гр. мБОУ1в МНСК-22 Аликова Е.С. Тенденции в формировании контента компаний электротехнической отрасли // Климатическая политика и низкоуглеродная экономика. Менеджмент. Социология. Экономика : Материалы 60-й Междунар. науч. студ. конф. 10–20 апреля 2022 г. / Новосиб. гос. ун-т. — Новосибирск : ИПЦ НГУ, 2022. — С. 49-50 [https://www.nsu.ru/upload/iblock/339/MNSK_Economy_06_10_2022%20%D0%B2%20%D0%B1-%D0%BA%D1%83%20\(1\).pdf](https://www.nsu.ru/upload/iblock/339/MNSK_Economy_06_10_2022%20%D0%B2%20%D0%B1-%D0%BA%D1%83%20(1).pdf) Безродная Л.В.
223. Левчук ОА., ст. гр. мБОУ1в МНСК-22 Левчук О.А. Анализ коммуникационных стратегий вузов в социальных сетях // Климатическая политика и низкоуглеродная экономика. Менеджмент. Социология. Экономика : Материалы 60-й Междунар. науч. студ. конф. 10–20 апреля 2022 г. / Новосиб. гос. ун-т. — Новосибирск : ИПЦ НГУ, 2022. — С. 62-63. [https://www.nsu.ru/upload/iblock/339/MNSK_Economy_06_10_2022%20%D0%B2%20%D0%B1-%D0%BA%D1%83%20\(1\).pdf](https://www.nsu.ru/upload/iblock/339/MNSK_Economy_06_10_2022%20%D0%B2%20%D0%B1-%D0%BA%D1%83%20(1).pdf) Безродная Л.В.
224. Дроздова Е.Д., Панова А.Д., ст. гр. ИМК901 МНСК-22 Дроздова Е.Д., Панова А.Д. Эмоциональное выгорание офисных сотрудников на волне пандемии Covid-19 // Климатическая политика и низкоуглеродная экономика. Менеджмент. Социология. Экономика : Материалы 60-й Междунар. науч. студ. конф. 10–20 апреля 2022 г. / Новосиб. гос. ун-т. — Новосибирск : ИПЦ НГУ, 2022. — С. 91-92. [https://www.nsu.ru/upload/iblock/339/MNSK_Economy_06_10_2022%20%D0%B2%20%D0%B1-%D0%BA%D1%83%20\(1\).pdf](https://www.nsu.ru/upload/iblock/339/MNSK_Economy_06_10_2022%20%D0%B2%20%D0%B1-%D0%BA%D1%83%20(1).pdf) Безродная Л.В.

225. Даниленко М.А., Шахова А.Д., ст. гр РС0003 МНСК-22 Даниленко М.А., Шахова А.Д. Анализ освещения российскими СМИ католического Рождества // Журналистика. Педагогика. Политология. Философия : Материалы 60-й Междунар. науч. студ. конф. 10–20 апреля 2022 г. / Новосиб. гос. ун-т. — Новосибирск : ИПЦ НГУ, 2022. — С. 41-42.
https://www.nsu.ru/upload/iblock/199/MNSK_Zhurnalistika_Pedagogika_Politologia_Filosofia_2022.pdf Безродная Л.В.
226. Овчинникова ДМ, Иванищева ИА, гр. ИМК001 Видеоролик, посвященный 55-летию Новосибирского государственного университета Экономики и управления «НИНХ», номинация «Лучший имиджевый видеоролик, посвященный 55-летию НГУЭУ» Конкурс аналитических работ XIV Сибирского коммуникационного Форума NovoPRsk-2022 «Новые вызовы и возможности» Секция 3. Конкурс социальных проектных и креативных работ 22 октября 2022 г. НГУЭУ Безродная Л.В.
227. Бурдуковская АА, Граборова ЕА, Нестных ЕС, гр. РС0104 Видеоролик «Они не виноваты», номинация «Лучший социальный видеоролик» Конкурс аналитических работ XIV Сибирского коммуникационного Форума NovoPRsk-2022 «Новые вызовы и возможности» Секция 3. Конкурс социальных проектных и креативных работ 22 октября 2022 г. НГУЭУ Безродная Л.В.
228. Боровских СА, Евменов КВ, Никитин АМ, ст. гр. ИМК001 Видеоролик, посвященный 55-летию Новосибирского государственного университета Экономики и управления «НИНХ», номинация «Лучший имиджевый видеоролик, посвященный 55-летию НГУЭУ» Конкурс аналитических работ XIV Сибирского коммуникационного Форума NovoPRsk-2022 «Новые вызовы и возможности» Секция 3. Конкурс социальных проектных и креативных работ 22 октября 2022 г. НГУЭУ Безродная Л.В.
229. Бунеева ДС, Абрамян ИК, гр. ИМК001 Социальный баннер «Экология», номинация «Лучший социальный баннер» Конкурс аналитических работ XIV Сибирского коммуникационного Форума NovoPRsk-2022 «Новые вызовы и возможности» Секция 3. Конкурс социальных проектных и креативных работ 22 октября 2022 г. НГУЭУ Безродная Л.В.
230. Шарухина А.С., гр. 4ЦКМ91 Совершенствование PR-деятельности на примере благотворительного фонда Варезка» Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2022. № 32(224). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/224> Публикация Черникова Е.В.
231. Шарухина А.С., гр. 4ЦКМ91 Особенности восприятия, и проблемы, связанные с рекламой банка «Почта банк» Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2022. № 32(224). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/224> Публикация Черникова Е.В.

232. Якубюк Н.С., гр. 4ЦКМ91 Корпоративный сайт как инструмент продвижения компании в сети Интернет Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2022. № 32(224). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/224> Публикация Черникова Е.В.
233. Ермолович-Рот Ю.А., РС081 Исследование потребителя Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССLXXVI Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 34(276). – М., Изд. «Интернаука», 2022. Публикация Черникова Е.В.
234. Магдеева Ю.Р., РС081 Формы организации информационного поля в средствах массовой коммуникации: информация, развлечения и реклама Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССLXXVI Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 34(276). – М., Изд. «Интернаука», 2022. Публикация Черникова Е.В.
235. Тарабанова Д.А., РС081 Маркетинговые подходы к воздействию на решения покупателей о покупке товаров в местах продажи. Принципы композиции. Особенности восприятия покупателем форм и объемов Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССLXXVI Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 34(276). – М., Изд. «Интернаука», 2022. Публикация Черникова Е.В.
236. Ермолович-Рот Ю.А., РС081 Социальная реклама в России Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССLXXVI Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 34(276). – М., Изд. «Интернаука», 2022. Публикация Черникова Е.В.
237. Ермолович-Рот Ю.А., РС081 Реклама соков Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССLXXVI Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 34(276). – М., Изд. «Интернаука», 2022. Публикация Черникова Е.В.
238. Перов И.В., РС081 Функции массовых коммуникаций в современном обществе Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССLXXVI Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 34(276). – М., Изд. «Интернаука», 2022. Публикация Черникова Е.В.

239. Лубягин Д.В., PCO81 Реклама торгового предприятия Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам CCLXXVI Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 34(276). – М., Изд. «Интернаука», 2022. Публикация Черникова Е.В.
240. Коваленко А.Е., PCO81 Особенности организации рекламной кампании в Интернете Интернаука: электрон. научн. журн. 2022. № 36(259). URL: <https://internauka.org/journal/science/internauka/259> Публикация Черникова Е.В.
241. Ефременко Е.В., PCO81 Организация PR-кампании Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам CCLXXV Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 33(275). – М., Изд. «Интернаука», 2022. Публикация Черникова Е.В.
242. Ефременко Е.В., PCO81 Наружная реклама: состояние, виды, перспективы развития Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам CCLXXIX Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 37(279). – М., Изд. «Интернаука», 2022. Публикация Черникова Е.В.
243. Корсакова А.И., PCO81 Исследование целевой аудитории после проведения рекламной или pr-кампании: отношение и удовлетворенность, проблемы, предложения по совершенствованию (НА ПРИМЕРЕ «АЛЛО,МАМА») Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2022. № 34(226). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/226> Публикация Черникова Е.В.
244. Никонова А.А. ЦКМ001 Реклама в сфере товаров народного потребления: отношение респондентов к состоянию/Студенческий вестник научный журнал номер 39 (231) 26.10.22. Шадрина Л.Ю.
245. Дзюба Е.Ю. ЦКМ002 Известность торговой марки: состояние, проблемы, рекомендации по повышению известности (на примере торговой марки Organic Shop) ЭКОНОМИКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ. сборник статей II Международной научно-практической конференции. Шадрина Л.Ю.
246. Циолковская, Д. К. ЦКМ002 Исследование известности бренда Maison Margiela (по материалам маркетингового исследования) Современная наука, общество и образование: актуальные вопросы, достижения и инновации : сборник статей III Международной научно-практической конференции, Пенза, 12 ноября 2022 года. – Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2022. – С. 163-165. – EDN PYRVYP. [Электронный ресурс] URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=49732694&pff=1>

247. Сауырбай А.Б. ЦКМ002. Развёрнутый портрет потребителя: социально демографических, экономических, психологических, поведенческих характеристик актуальные вопросы экономики Сертификат о публикации статьи в сборнике XIII Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2022 Шадрина Л.Ю.
248. Гречкосей Е.А. ЦКМ001 Реклама в сфере товаров народного потребления: отношение респондентов к состоянию, проблемы, направления совершенствования (на примере торговой марки «N&M») XIII Международная научно-практическая конференция АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ. Шадрина Л.Ю.
249. Брит А. ЦКМ001 Развёрнутый портрет потребителя: социально- демографических, экономических, психологических, поведенческих характеристик, объём и частоты покупок; их места и т.д. (на примере торговой марки «NIKE») «АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ» 2022. [Электронный ресурс] URL: <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2022/11/МК-1533.pdf> Шадрина Л.Ю.
250. Варакина Е.А. ЦКМ001 Маркетинговые исследования: понятие, назначение, количественные и качественные исследования, информация и методы ее сбора Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации» сборник статей LXI Международной научно-практической конференции ОБРАЗОВАНИЯ» 2022. [Электронный ресурс] URL: <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2022/11/МК-1533.pdf> Шадрина Л.Ю.
251. Салова М.П., ЦКМ001 Исследование удовлетворенности потребителей рекламой (на примере рекламы косметики) Цифровые эффекты развития российской экономики : Материалы IV всероссийской (национальной) научно-практической конференции, Саратов, 21 ноября 2022 г. – Саратов: Амирит, 2022. – С. 112-114.
URL:https://drive.google.com/drive/folders/1YSz3TBIMx2m3llwdbSdQwkDiDKfXfphs?usp=share_link Шадрина Л.Ю.
252. Богуненко ЦКМ 002 Рекламные исследования: понятие, методы, цели и задачи "Экономика и современный менеджмент: теория, методология практика сборник II Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Экономика: Актуальные вопросы теории и практики». – 2022" Шадрина Л.Ю.
253. Пенькова А.М. ЦКМ002 Реклама на телевидении: состояние, тенденции и перспективы развития Современные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации. сборник 19 Международной научно-практической конференции. Elibrary. 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49789711&pff=> Шадрина Л.Ю.

254. Сарапулова Э.О. PCO001 Стратегия позиционирования торговой марки Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2022. № 41(233). [Электронный ресурс] URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/233> Шадрина Л.Ю.
255. Бякова П. В. PCO001 ИМИДЖ ОРГАНИЗАЦИИ: ОТНОШЕНИЕ РЕСПОНДЕНТОВ К МАРКЕТПЛЕЙСУ WILDBERRIES Студенческий вестник»: научный журнал. – № 41(233), С. 12-13 [Электронный ресурс] URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/233> Шадрина Л.Ю.
256. Денисова М.В. ЦКМ002 Влияние телевизионной рекламы на покупательское поведение Актуальные вопросы экономики: сборник статей XIII Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2022 [Электронный ресурс] URL: <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2022/11/%D0%9C%D0%9A-1528.pdf> Шадрина Л.Ю.
257. Страдымова А.Е., мМУБ01 Актуальные аспекты управления персоналом на современном предприятии АКТУАЛЬНЫЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: сборник статей VIII Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2022. – С. 59-63 <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2022/10/МК-1503.pdf> Статья Воловская Н.М.
258. Лёвкина К.А., мМУБ01 Оценка уровня лояльности потребителей к страховой компании: результаты маркетингового исследования Научно-практический журнал Трибуна ученого.- 2022.- № 9 <https://tribune-scientists.ru/articles/2634> Статья Воловская Н.М.
259. Никулина Е.И., мРБ01 Подходы и методология исследования имиджа вуза Вестник науки и образования, 2022. – №9 (129). – С. 32-34 – URL: <https://scientificjournal.ru/images/PDF/2022/129/VNO-9-129-.pdf> Плюснина Л.К.
260. Ключкина А.С., мРБ01 Механизмы восприятия бренда потребителями/ Научный электронный журнал «Меридиан» - № 3 (65). С. 253-256. [Электронный ресурс] URL: <https://meridian-journal.ru/site/journal?id=921&pdf=1>. Плюснина Л.К.
261. Ключкина А.С., мРБ02 Программа продвижения бренда офтальмологического центра «Окей-оптик» г.Новокузнецк Научный электронный журнал «Матрица научного познания» (ISSN 2541-8084) - №10-2. 2022. С. 60-64. [Электронный ресурс] URL: <https://os-russia.com/SBORNIKI/MNP-2022-10-2.pdf>. Плюснина Л.К.

262. Ключкина А.С., мРБ03 Конкурентный анализ рынка офтальмологических услуг г. Новокузнецка Научный электронный журнал «Меридиан» - №4(66). 2022. С. 25-29. [Элек-тронный ресурс] URL: <https://meridian-journal.ru/site/journal?id=922&pdf=1>.
Плюснина Л.К.
263. Стертюков К.Г., мМУБ01 ОСОБЕННОСТИ SEO-ПРОДВИЖЕНИЯ В ВЫСОКОКОНКУРЕНТНЫХ НИШАХ "Инновационные идеи молодых исследователей / Сборник научных статей по материалам IX Международной научно-практической конференции (25 октября 2022 г., г. Уфа) / – Уфа: Изд. НИЦ Вестник науки, 2022. С. 28-33. <https://perviy-vestnik.ru/archive-konferentsiya-2022/>" Диплом 1 степени Теренина Н.Л.
264. Стертюков К.Г., мМУБ02 МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ "Инновационные идеи молодых исследователей / Сборник научных статей по материалам IX Международной научно-практической конференции (25 октября 2022 г., г. Уфа) / – Уфа: Изд. НИЦ Вестник науки, 2022. С. 28-33. <https://perviy-vestnik.ru/archive-konferentsiya-2022/>" Диплом II степени Теренина Н.Л.
265. Хачатрян Л.С., мМУБ01 Анализ исследования удовлетворенности потребителей услуг в МКДОУ №274 АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ: сборник статей XXIV Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2022. – С.115-117 <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2022/11/%D0%9C%D0%9A-1534.pdf>
Статья Воловская Н.М.
266. Абакумова В.В., мМУБ01 Методические подходы к разработке стратегии развития маркетинга организации Научно-практический журнал Трибуна ученого.- 2022.- № 9 <https://tribune-scientists.ru/articles/2633> Статья Воловская Н.М.
267. Никулина Е.И., мРБ01 Принципы формирования имиджа вуза с помощью рекламных и PR-технологий Матрица научного познания. –2022. – №10-2. – С. 78-87. – URL: <https://os-russia.com/SBORNIKI/MNP-2022-10-2.pdf> Плюснина Л.К.
268. Зуб Е.С., мМУБ01 Инструменты интернет-маркетинга Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2022. № 16(208).
Ситникова Я.В.
269. Зуб Е.С., мМУБ01 Управление маркетингом в организации Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2022. № 16(208). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/208>.
Ситникова Я.В.

270. Ищенко М.Е. Исследование и оценка конкурентоспособности с использованием SWOT-анализа на примере компании ПАО «СЕВЕРСТАЛЬ» Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам ССLXXXII Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 40(282). – М., Изд. «Интернаука», 2022. Черникова Е.В.
271. Даниленко М.А. Шахова А.Д., ст. гр. ЦКМ001 Анализ освещения российскими СМИ католического Рождества. МНСК-2022. С. 43[Электронный ресурс] URL: https://www.nsu.ru/upload/iblock/199/MNSK_Zhurnalistika_Pedagogika_Politologia_Filosofia_2022.pdf Шадрина Л.Ю.
272. Тактасимова С.Б. Р ст. гр. ЦКМ002 Реклама в банковской сфере: отношение респондентов к состоянию студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2022. No 41(233). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/233> Шадрина Л.Ю.
273. Новосад, О. Е. ст. гр. ЦКМ002 Исследование потребительского поведения (по материалам маркетингового исследования) Современные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации : сборник статей XXIX Международной научно-практической конференции, Пенза, 20 ноября 2022 года. – Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2022. – С. 219-221. – EDN JCOVQU. – [Электронный ресурс] URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49789709&pff=1> Шадрина Л.Ю.
274. Лачинов Э.Л. ст. гр. ЦКМ001 Особенности использования рекламной и PR деятельности в сфере общественного питания Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2022. No 42(234). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/234> Шадрина Л.Ю.
275. Вырвина М.В. ст. гр. ЦКМ001 Удовлетворенность потребителей рекламой: методики оценки, проблемы и направления совершенствования (на примере рекламы шоколадных изделий) «Студентческий вестник» 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.internauka.org/journal/stud/herald/234> Шадрина Л.Ю.
276. Герман В.А. ст.гр. ЦКМ001 Реклама в политической сфере: отношение респондентов к состоянию, проблемы, направления совершенствования Сборник статей IX Международной научно-практической конференции «Новые научные исследования», состоявшейся 23 ноября 2022 года в г. Пенза Шадрина Л.Ю.
277. Пенькова А.М. ст. гр. ЦКМ002 Реклама на телевидении: состояние, тенденции и перспективы развития Сборник статей XXIX Международной научно-практической конференции, год издания: 2022, место издания: Пенза, издательство: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.). <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2022/11/МК-1543.pdf> Шадрина Л.Ю.

278. Назарова Е.В., А.А. Некрасова, ст. гр. РС0002 Исследование товарного ассортимента как одно из направлений маркетинговых исследований Исследование товарного ассортимента как одно из направлений маркетинговых исследований журнала «Студенческий вестник» № 43 часть 6 [Электронный ресурс]. URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/235> С 11-13 Шадрина Л.Ю.
279. Зыбарев Е.А. ЦКМ002 Известность торговой марки «Слобода»: состояние, проблемы, рекомендации по повышению известности НАУКА, ИННОВАЦИИ, ОБРАЗОВАНИЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ XXI ВЕКА: сборник статей IV Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2022. – 258 с. Шадрина Л.Ю.
280. Малая Т.С. ст. гр. РС0001 Реклама в сфере образования: отношение респондентов к состоянию, проблемы, направления совершенствования (на примере НГУЭУ). Новосибирск: СибАК, 2022. – С. 24-28. [Электронный ресурс] URL: <https://sibac.info/conf/modernscience/lxxxiii/269318> Экспериментальные и теоретические исследования в современной науке: сб. ст. по матер. LXXXIII междунар. науч.-практ. конф. № 11(76). – Новосибирск: СибАК, 2022. Шадрина Л.Ю.
281. Кузнецова А.Ю. ст. гр. РС0001 КОРПОРАТИВНЫЙ ИМИДЖ: ПОНЯТИЕ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ПРОБЛЕМЫ. АНАЛИЗ НА ПРИМЕРЕ СЕТИ РОЗНИЧНЫХ МАГАЗИНОВ «Л'ЭТУАЛЬ» сборник статей Международный научный журнал Научный Лидер №95 / Декабрь 2022 Шадрина Л.Ю.
282. Яковлева А.П. ст. гр. РС0001 Рекламные исследования: понятие, методы, этапы и их характеристики Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2022. № 44(236). [Электронный ресурс]. URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/236> Шадрина Л.Ю.
283. Даниленко М.А. Шахова А.Д., ст. гр. РС0001 Анализ освещения российскими СМИ католического Рождества. МНСК-2022. С. 43. Журналистика: Материалы 60-й Междунар. науч. студ. конф. 10–20 апреля 2022 г. / Новосиб. гос. ун-т. — Новосибирск: ИПЦ НГУ, 2022. — 286 с. URL: [Электронный ресурс] URL: https://www.nsu.ru/upload/iblock/199/MNSK_Zhurnalistika_Pedagogika_Politologia_Filosofia_2022.pdf Шадрина Л.Ю.
284. Никонова В.К. ЦКМ002 Маркетинговое исследование рекламной деятельности компании "ЭКОМИЛК" Современная наука: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей 28 Международной научно-практической конференции. В 2 ч. Ч2.- Пенза. МЦНС «Наука и Просвещение». – 2022. С 252-255 Шадрина Л.Ю.

285. Гринева А.В. ЦКМ002 Пресс-конференция как PR-мероприятие: понятие, цель, информационный повод/ Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2022. № 43(235).- Москва С. 53-57 Шадрина Л.Ю.
286. Васина Н.А. ЦКМ001 Известность торговой марки: состояние и проблемы Научные высказывания. 2022, №15 (23) Шадрина Л.Ю.
287. Евтюгина А.С. ЦКМ002 РЕКЛАМНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ КАК РАЗНОВИДНОСТЬ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ: ПОНЯТИЕ, КЛАССИФИКАЦИЯ, РОЛЬ сборник статей II Международной научно-практической конференции (25.11.2022). – Пенза: МЦНС «Экономика: Актуальные вопросы теории и практики». – 2022 Шадрина Л.Ю.
288. Майдан С.Б.ЦКМ002 Рекламные исследования как разновидность маркетинговых исследований: понятие, роль, цель и задачи Экономика и современный менеджмент: теория, методология, практика : Сборник статей XV Международной научно-практической конференции, Пенза, 25 ноября 2022 года. . [Электронный ресурс] URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=49811717> Шадрина Л.Ю.
289. Каблукова В.А. ЦКМ002 Реклама в сфере образования: отношение респондентов к состоянию, проблемы, направления совершенствования Научное сообщество студентов: Междисциплинарные исследования: сб. ст. по мат международ студ. Науч-практич конф.№23 (153) (Шадрина Л.Ю.
290. Терехова ПО ЦКМ001 Рекламные исследования: понятие, методы, этапы и их характеристики Студенческий вестник: электрон.науч.журн. 2022. № 44 (236) Шадрина Л.Ю.
291. Савсюк АП РС0002 Маркетинговые исследования известности торговой марки «Трибуна Ученого» (электронный ресурс). Выпуск 12/2022 Шадрина Л.Ю.
292. Власов ЕА ЦКМ 002 Реклама в банковской сфере: влияние на клиентов Студенческий вестник: электрон.науч.журн. 2022. № 42 (234) Шадрина Л.Ю.
293. Жеребцова О. В. МБ001 Этапы реализации коммуникационной стратегии "Наука и просвещение: современная наука, общество и образование, актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей III Международной научнопрактической конференции: Пенза, 2022. с 83-85." Титова Н.А.

294. Жеребцова О. В. МБОУ1 Инструменты создания коммуникационной стратегии "Наука и просвещение: молодежная наука: сборник статей VIII Международной научно-практической конференции: Пенза, 2022. с 33-35. Титова Н.А.
295. Николаева Т.С. МБОУ1в Основные показатели оценки эффективности рекламной кампании Сборник статей IV Международной научно-практической конференции (МК1388). – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2022 Титова Н.А.
296. Трушко А.А. МБОУ1в Этапы разработки рекламной кампании Научный журнал «Вестник науки» №5(50), т.3 с.56-60 Титова Н.А.
297. Трушко А.А. МБОУ1в Понятие рекламной кампании и ее виды "Международный научный журнал «Вестник науки» №2(47), т. 2 с.78-83" Титова Н.А.
298. Юркова А.А. ЦКМ002 Исследование имиджа сети быстрого питания «Вкусно и точка» Научное сообщество студентов: Междисциплинарные исследования: сб ст. по мат международной студ.науч-прак конф. №21 (151). Шадрина Л.Ю.
299. Иванова В.А. ЦКМ002 Маркетинговое исследование отношения респондентов к рекламе в продовольственной сфере сети магазинов «Лента» "Студенческие научные исследования: сборник статей 15 международной научно-практической конференции._ Пенза: МЦНС: Наука и просвещение».- 2022.С. 253-254 Шадрина Л.Ю.
300. Вотинев И.С. ЦКМ001 Реклама ПАО «Альфа-Банк»: состояние и проблемы Научные высказывания. 2022, №15 (23) Шадрина Л.Ю.
301. Воронович, А. Ю. мБОУ21 Маркетинг влияния (Influence-маркетинг) как актуальный инструмент взаимодействия организации с целевыми аудиториями "Молодой ученый. — 2023. — № 5 (452). — URL: <https://moluch.ru/archive/452/99653/> Шадрина Л.Ю.
302. Рымар К.А. мБОУ21 Digital-стратегия как инструмент продвижения бренда: задачи, этапы, инструменты сборник статей второй международной научно-практической конференции «World of Science» 30.01.23 г. Пенза. С.142-146 Шадрина Л.Ю.
303. Султанова Ю.Г. мБОУ21 Особенности продвижения коммерческой организации в сети Интернет международный научный журнал «Актуальные исследования» №4 (134), 2023. (<https://apni.ru/article/5491-osobennosti-prodvizheniya-kommercheskoj-organy?ysclid=ldo5gcjt6l925634839>) Шадрина Л.Ю.

304. Тюнякин М.С. мБО21 Продвижение компании на фармацевтическом рынке: особенности, проблемы, проектные решения международный научный журнал «Актуальные исследования» №4 (134), 2023. С.52-56 Шадрина Л.Ю.
305. Черненко В.В. мБО21 ЗАЧЕМ НУЖЕН И КАК РАБОТАЕТ КОМПЛЕКСНЫЙ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ Научное сообщество студентов: МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: сб. ст. по мат. CLVIII междунар. студ. науч.-практ. конф. No 3(157). Шадрина Л.Ю.
306. Прозорова Ю. С.мБО21 Рекламная деятельность в системе маркетинговых коммуникаций международный научный журнал «Синегрия наук» № 79. С. 890-896 Шадрина Л.Ю.
307. Вдовина А.С. мБО21 Анализ тенденций в интернет-торговли до кризиса и после международный научный журнал «Актуальные исследования» №4 (134) январь 2023 Шадрина Л.Ю.
308. Лаврентьев Е.В. мБО21 Инструменты маркетинговых коммуникаций в среде Интернет в ресторанном бизнесе международный научный журнал «Актуальные исследования» №5 (135) февраль 2023 Шадрина Л.Ю.
309. Шашкова Е.Е. РС001 Исследование портрета потребителя Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2023. No 1(240). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/240> Шадрина Л.Ю.
310. Чимитцыренов Т. Г. , ЦКМ002 екламное исследование: сущность, понятия, назначения и роль Научный лидер». No52 (97). 2022 Шадрина Л.Ю.
311. Гордзий Е.Е. ЦКМ91 Юридический маркетинг борник статей 5 Международной научно-практической конференции 9.01.2023 г. Петрозаводск. С. 237- 242 (5) Шадрина Л.Ю.
312. Дисман П.В. РС091 Связи с общественностью в формировании корпоративной культуры организации Научный журнал «Студенческий» №1 (213), часть 4, январь, 2023. С. 63-66 (5) Шадрина Л.Ю.
313. Верхотурова В.С. ЦКМ91 Опрос как метод исследования рекламы Сборник статей 5 Международной научно-практической конференции 16.01.2023 г. Петрозаводск. С. 169-173 (5) Шадрина Л.Ю.
314. Рагинь Д.Н. РС091 Исследования удовлетворенности потребителей как направление маркетингового исследования: обоснование проведения, роль и место в маркетинге Научное сообщество студентов. Междисциплинарные исследования»:

Электронный сборник статей по материалам CLVI студенческой международной научно-практической конференции. – Новосибирск: Изд. ООО «СибАК». – 2023. – No 1 (155) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [https://sibac.info/archive/meghdis/1\(155\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/1(155).pdf). (5) Шадрина Л.Ю.

315. Гуцул А.В. ЦКМ91 Тренды digital-продвижения в сети Интернет Студенческий: электрон. научн. журн. 2023. No 2(214). URL: <https://sibac.info/journal/student/214/277681> Шадрина Л.Ю.
316. Овчарова А.А. ИМИДЖ ОРГАНИЗАЦИИ И МЕТОДЫ ЕГО ИССЛЕДОВАНИЯ "«СТУДЕНЧЕСКИЙ ВЕСТНИК» Научный журнал No 45(237) Декабрь 2022 Часть 8 . С 10-13 ([https://www.internauka.org/archive2/vestnik/45\(237_8\).pdf](https://www.internauka.org/archive2/vestnik/45(237_8).pdf)) Шадрина Л.Ю.
317. Дриневская И.Ю. 4ЦКМ01 Использование инструментов маркетинга в спорте Молодой ученый Международный научный журнал No 2 (449) / 2023. С. 195-198 Шадрина Л.Ю.
318. Холодивич К.В. 4ЦКМ01 Анкетирование как разновидность опроса: суть и требования, предъявляемые к разработке Научное сообщество студентов Международный научный журнал 2 (156) ([https://sibac.info/archive/meghdis/2\(156\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/2(156).pdf)) Шадрина Л.Ю.
319. Марсалова Е. Ф. 4ЦКМ01 Роль социальной рекламы в решении социальных проблем Молодой исследователь: вызовы и перспективы (международная научно-практическая конференция) 47 (289) Шадрина Л.Ю.
320. Иванов Д.В., 4ЦКМ01 Методы продвижения банковских продуктов и услуг Студенческий: электрон. научн. журн. 2023. No 1(240). URL: <https://www.internauka.org/journal/stud/herald/240> Шадрина Л.Ю.
321. Семенов В.А. ЦКМ001 Мотивация покупательского поведения: текущее состояние, проблемы, направления повышения (на примере ООО «Вайлдбериз» «НАУЧНЫЙ ЛИДЕР». Выпуск #52 (97), Декабрь '22 Шадрина Л.Ю.
322. Шашкова Е.Е. РС0001 Исследование портрета потребителя Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2023. No 1(240). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/240> Шадрина Л.Ю.
323. Струкова А.С. РС0001 РОССИЙСКАЯ РЕКЛАМА: СОСТОЯНИЕ, ТЕНДЕНЦИИ, НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ НА ПРИМЕРЕ АВИАКОМПАНИИ «S7 AIRLINES» Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2023. No 47(239). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/239> Шадрина Л.Ю.

324. Каблукова В.А. ЦКМ002 РЕКЛАМА В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ: ОТНОШЕНИЕ РЕСПОНДЕНТОВ К СОСТОЯНИЮ, ПРОБЛЕМЫ, НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ Научное сообщество студентов: МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: сб. ст. по мат. CLIV междунар. студ. науч.-практ. конф. No 23(153). [Электронный ресурс]. URL: [https://sibac.info/archive/meghdis/23\(153\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/23(153).pdf) Шадрина Л.Ю.
325. Суховейко П.А. PCO001 Исследование потребительских предпочтений торговой марки Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2022. No 43(235). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/235> Шадрина Л.Ю.
326. Гинтер А.С. PCO001 Методы исследований, используемые в маркетинге Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2023. No 47(239). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/239> Шадрина Л.Ю.
327. Бякова П. В. PCO001 ИМИДЖ ОРГАНИЗАЦИИ: ОТНОШЕНИЕ РЕСПОНДЕНТОВ К МАРКЕТПЛЕЙСУ WILDBERRIES Студенческий вестник»: научный журнал. – No 41(233), С. 12-13 [Электронный ресурс] URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/233> Шадрина Л.Ю.
328. Псарева Е.Д. PCO001 Влияние рекламы на покупательское поведение "Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2022. No 41(233). [Электронный ресурс] URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/233>" Шадрина Л.Ю.
329. Ли Д.Д., Чернышева В.А. PCO001 Исследование социальной рекламы «герои нашего времени Научный лидер». [Электронный ресурс]. URL: <https://scilead.ru/article/3616-issledovanie-sotsialnoj-reklami-geroi-nashego> Шадрина Л.Ю.
330. Шефер А.Р. PCO001 Реклама в сфере образования: отношение респондентов к состоянию, проблемы, направления совершенствования (на примере НГУЭУ). Новосибирск: СибАК, 2022. – С. 24-28. [Электронный ресурс] URL: <https://sibac.info/con/modernscience/lxxxiii/29318> Шадрина Л.Ю.
331. Крохта П. В., Орлова А. А. PCO002 КАК ИЗМЕНИЛИСЬ РОССИЙСКИЕ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ НОВОГОДНИЕ ПРОГРАММЫ «Научный лидер» выпуск # 52 (97), Декабрь '22 Дата публикации 21.12.2022 URL: <https://scilead.ru/article/3599-kak-izmenilis-rossijskie-razvlekatelnie-novog> Шадрина Л.Ю.

Публикации 2023

332. Вербих А.Ю. Социальный брендинг группы компаний «АФИНА ПАЛЛАДА» ЭКОНОМИКА, МЕНЕДЖМЕНТ, ФИНАНСЫ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ: сборник статей Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2023. – 190 с. Черникова Е.В.
333. Пархоменко И. А. РСО 71 Медиапланирование в интернете как развивающееся направление в digital-маркетинге Актуальные вопросы современной экономики (международный научный журнал) № 2- 2023. Электронный доступ] URL: <https://www.xn--80ae9b7b.xn--p1ai/Editions> Шадрина Л.Ю.
334. Шумилова А.И. ЦКМ002 Технология Product Placement Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2022. No 42(234). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/234> Шадрина Л.Ю.

335. Юдина М.В. PCO91 Особенности социальной рекламы на современном этапе // Студенческий: электрон. научн. журн. - 2023. - №3(215). – с. 11-13 URL: <https://sibac.info/journal/student/215/279168> Шадрина Л.Ю.
336. Отечко П.Е, Хегай М.Д. PCO001 Связи с общественностью в коммерческой организации: понятие, используемые технологии, проблемы // Сборник статей VI Международной научно-практической конференции НОВЫЕ ВЫЗОВЫ НОВОЙ НАУКИ: ОПЫТ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО И ЭМПИРИЧЕСКОГО АНАЛИЗА состоявшейся 13 февраля 2023 г. в г. Петрозаводске. Шадрина Л.Ю.
337. Ульчугаева А.Г. ЦКМ91 Роль рекламы в современном обществе научный журнал «Студенческий» №3(215)», часть 4, январь 2023 Шадрина Л.Ю.
338. Хлебникова А.И. ЦКМ91 Каналы способы распространения рекламы научный журнал «Студенческий» №3(242)», часть 4, январь 2023 Шадрина Л.Ю.
339. Гилёва В.С. ЦКМ001 Реклама в сфере образования: отношение респондентов к состоянию, проблемы, направления совершенствования» Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2023. No 5(244). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/244> Шадрина Л.Ю.
340. Каминский Н.В. PCO002 Реклама сфере товаров народного потребления: отношения респондентов к состоянию, проблемы, направления совершенствования/«Научное сообщество студентов. Междисциплинарные исследования»: Электронный сборник статей по материалам CLVII студенческой международной научно-практической конференции. – Новосибирск: Изд. ООО «СибАК». – 2023. – № 2(156) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [https://sibac.info/archive/meghdis/2\(156\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/2(156).pdf). Шадрина Л.Ю.
341. Чуканова Д.М. PCO002 ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ В ТЕЛЕВИЗИОННОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ 2023. №4 (102). URL: <https://scilead.ru/article/3955-problemi-sotsialnoj-sferi-v-televizionnoj-zh> Шадрина Л.Ю.
342. Ермакова Е.В. МК81 Методы исследования развернутого портрета потребителя сборник статей третий международной научно-практической конференции экономика: актуальные вопросы теории практики, 5 февраля 2023г. в город Пенза Шадрина Л.Ю. Батищева И.Ю. Интернет в деятельности по связям с общественностью // Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2023. № 23(262). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/262> Шадрина Л.Ю.

343. Суховейко П. А. PCO001 Социально-демографическое описание целевой группы потребителей товара при разработке коммуникационной стратегии Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2023. No 16(255). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/255> Шадрина Л.Ю.
344. Григорян Н.А. ЦКМ002 Основные этапы проведения маркетингового исследования Трибуна учёного, 2023. [Электронный ресурс]. URL: <https://tribune-scientists.ru/articles/2661> Шадрина Л.Ю.
345. Савсюк А.П. PCO001 Ценовые исследования Педразвитие» [Электронный ресурс] URL: <http://pedrazvitie.ru/servis/publik/publ?id=41914> Шадрина Л.Ю.
346. Струкова А.А. PCO001 PR-мероприятия в деятельности по связям с общественностью: понятие, виды, технологии реализации Студенческий вестник №14 (253), часть 2, 2023г. Шадрина Л.Ю.
347. Немчинова В. М. PCO001 Экспериментальные и теоретические исследования в современной науке сборник статей по материалам LXXXVIII международной научно- практической конференции No 4(80). – Новосибирск: СибАК, 2023. [Электронный ресурс] URL: <https://sibac.info/conf/modernscience> Шадрина Л.Ю.
348. Чимитцыренов Т.Г. ЦКМ001 Исследование аудитории СМИ как направление маркетинговые исследования Научный лидер, №17 (115), мая, 2023 Шадрина Л.Ю.
349. Ищенко М.Е. PCO81 ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИНЦИПОВ ВЫБОРА РАДИОСТАНЦИЙ И ПЕРЕДАЧ ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ И ОСОБЕННОСТИ МЕДИАПЛАНИРОВАНИЯ НА РАДИО Молодой исследователь: вызовы и перспективы: сб. ст. по материалам СССИ Международной научно-практической конференции «Молодой исследователь: вызовы и перспективы». – № 12(301). – М., Изд. «Интернаука», 2023. Шадрина Л.Ю.
350. Репало Е.А. PCO81 Исследование моделей и факторов покупательского поведения потребителей торговой марки «пицца-синица // Сборник XI Международной научно-практической конференции «Передовое развитие современной науки: опыт, проблемы, прогнозы», 18 апреля 2023 год. С 32-37 Шадрина Л.Ю.

351. Шабанова Н.А. ЦКМ002 Исследование моделей и факторов покупательского поведения: состояние, проблемы, направления совершенствования на примере торговой марки в сборнике СХХIV Студенческая международная научно-практической конференции «Научное сообщество студентов XXI столетия. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ» №4(124). С 4-12 Шадрина Л.Ю.
352. Крохта П.В. РС0001 Исследование мотивации покупательского поведения: состояние, проблемы, направления совершенствования ТМ «Чистая линия» журнал «Педразвитие». [Электронный ресурс]. URL: <http://pedrazvitie.ru/servisy/publik/publ?id=41285> Шадрина Л.Ю.
353. Некрасова А.А. РС0001 Влияние цветового решения упаковки продуктов питания на потребителей Студенческий вестник,. 2023. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.internauka.org/journal/stud/herald/246> Шадрина Л.Ю.
354. Салова М. П. ЦКМ001 Изучение покупательского спроса на услуги онлайн- кинотеатров (на примере ИВИ) ЭКОНОМИКА и право - 2023 : Сборник статей Международной научно-практической конференции, Петрозаводск, 10 апреля 2023 года. – г. Петрозаводск: Международный центр научного партнерства «Новая Наука» (ИП Ивановская И.И.), 2023. – С. 71-76. URL <https://sciencen.org/assets/Kontent/Konferencii/Arhiv-konferencij/KOF-770.pdf> Шадрина Л.Ю.
355. Сидельников А.В. ЦКМ001 Пресс-служба государства: причины возникновения, характеристика понятия и направлений деятельности «Научный Лидер» № 10 (108), март 2023[Электронный ресурс]. URL <https://scilead.ru/article/4120-press-sluzhba-gosudarstva-prichini-vozniknove> Шадрина Л.Ю.
356. Даниленко М. А. РС0001 Исследование отношения потребителей к торговой марке: состояние, проблемы, направления совершенствования всероссийское издание Педразвитие» <http://pedrazvitie.ru/servisy/publik/publ?id=41264> Шадрина Л.Ю.
357. Чернышева В.А. РС0001 Исследование уровня известности торговой марки «Natura Siberica» «Педразвитие». [Электронный ресурс]. URL: <http://pedrazvitie.ru/servisy/publik/publ?id=41284> Шадрина Л.Ю.
358. Клейменова Н.Р. РС0001 Внутрикorporативные коммуникации как необходимое условие успешной деятельности компании Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2023. № 18 (257). Шадрина Л.Ю.
359. Денисова М. В. ЦКМ001 Изучение потребителей: необходимость, основные направления, сегментирование потребителей и выбор целевого рынка Экономика, менеджмент, финансы: актуальные вопросы теории и практики: сборник статей II

Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2023. [Электронный ресурс] URL: <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2023/05/МК-1695.pdf> Шадрина Л.Ю.

360. Назарова Е.В. PCO001 Исследование реальных и потенциальных конкурентов как направление маркетингового исследования Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2023. № 16(255). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/255> Шадрина Л.Ю.
361. Чимитцыренов Т.Г ЦКМ001 Исследование аудитории СМИ как направление маркетингового исследования Научный Лидер» No17 (115), Май 2023 г. Шадрина Л.Ю.
362. Тактасимова С.Б. ЦКМ001 Реклама в банковской сфере: отношение респондентов к состоянию Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2022. No 41(233). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/233> Шадрина Л.Ю.
363. Пенькова А.М. ЦКМ002 Рекламные исследования: основные направления, проблемы и разработка рекомендаций по совершенствованию Сборник статей V Международной научно-практической конференции, год издания: 2023, место издания: Пенза, издательство: Наука и Просвещение . 17.05.2023 Шадрина Л.Ю.
364. Кузнецова А.Ю. PCO001 Исследование восприятия нового товара: используемые методы, текущее состояние и рекомендации по повышению известности Развитие общества и науки в современных условиях. Сборник статей II Международной научно-практической конференции. –Петрозаводск: МЦНП «Новая наука».-2023.С. состоявшейся 7 мая 2023 г. в г. Петрозаводск Шадрина Л.Ю.
365. Редина Д.Д. ЦКМ001 Сравнение фирменного стиля «Додо Пицца» с конкурентами Научные исследования молодых учёных: сборник статей XXIII Международной научно-практической конференции. Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение», 2023. – С. 362-364. [Электронный ресурс]. URL: <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2023/05/МК-1701.pdf> Шадрина Л.Ю.
366. Иванова Д.В. ЦКМ002 Маркетинговые исследования: основные этапы и понятия Цифровая экономика и новые возможности для бизнеса: сборник статей II Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение»._2023.С. состоявшейся 30 апреля 2023 г. в г. Пенза. Шадрина Л.Ю.

367. Варакина Е.А. ЦКМ001 Исследование удовлетворенности как направление маркетингового исследования Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2023/05/МК-1701.pdf> Шадрина Л.Ю.
368. Романенко Р. мБО101 "Современные инструменты PR-продвижения компаний" "международном научном журнале «Молодой ученый» №20 (467), май 2023 г., URL: <https://moluch.ru/archive/467/102974/>" Теренина Н.Л.
369. Вотинев И.С. ЦКМ001 Отношение респондентов к рекламе «Альфа-банк» состояние, проблемы Научные высказывания (международный научный журнал) 2023. № 10 (34) Шадрина Л.Ю.
370. Васина Н.А. ЦКМ001 Известность торговой марки Vivienne Sabo: состояние и проблемы Студенческий вестник № 17 (256), часть 6, 2023. Шадрина Л.Ю.
371. Лачинов Э.Л. ЦКМ001 Маркетинговые исследования продукта СОВРЕМЕННАЯ РОССИЙСКАЯ НАУКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ: сборник статей V Всероссийской научно-практической конференции. Пенза: – МЦНС «Наука и Просвещение». – 2023. <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2023/05/МК-1712.pdf> Шадрина Л.Ю.
372. Майдан, С. Б. ЦКМ002 Маркетинговое исследование: понятие, сущность, методы сбора данных // ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ: сборник статей XXII Международной научно-практической конференции, Пенза, 15 апреля 2023 года. – Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2023. – С. 29-32. – EDN TULBLU. [Электронный ресурс] URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_50520626_19868142.pdf Шадрина Л.Ю.
373. Новосад, О. Е. ЦКМ002 Исследование особенностей формирования товарного ассортимента в сфере общественного питания (по материалам маркетингового исследования) Современные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации : Сборник статей XXXII Международной научно-практической конференции, Пенза, 25 апреля 2023 года. – Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2023. – С. 174-176. – EDN RZYUAV. [Электронный ресурс]. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=52106371&pff=1> Шадрина Л.Ю.
374. Брит А.А. ЦКМ001 Исследование развернутого портрета потребителя: социально-демографических, экономических, психологических, поведенческих характеристик, объемов и частоты покупок, их места сборник статей 17 международной научно-практической конференции, состоявшейся 20 мая 2023г. в г.Пенза Шадрина Л.Ю.

375. Шашкова Е.Е. PCO001 Использование PR-технологий для формирования корпоративной культуры организации Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2023. No 15(254). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/254> Шадрина Л.Ю.
376. Вырвина М.В. ЦКМ001 Удовлетворенность потребителей рекламой: методики оценки, проблемы и направления совершенствования (на примере рекламы шоколадных изделий) «Студенческий вестник» 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.internauka.org/journal/stud/herald/234> Шадрина Л.Ю.
377. Бякова П. В. PCO001 ИССЛЕДОВАНИЕ ОТНОШЕНИЯ К ТОРГОВОЙ МАРКЕ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ «Студенческий вестник»: научный журнал. – No 17(256), С. 46-47 [Электронный ресурс] URL: <https://www.internauka.org/journal/stud/herald/256> Шадрина Л.Ю.
378. Гинтер А.С. PCO001 Конкурентный анализ и его виды Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2023. № 19(258). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/258> Шадрина Л.Ю.
379. Сауырбай А.Б. ЦКМ002 Развернутый портрет потребителя: социально- демографических, экономических, психологических, поведенческих характеристик, объемов и частоты покупок, их места V Всероссийская научно-практическая конференция «НАУКА МОЛОДЫХ – БУДУЩЕЕ РОССИИ» . : МЦНС «Наука и Просвещение». – 2023 (17/05/2023) Шадрина Л.Ю.
380. Гречкосей Е.А. ЦКМ001 Исследование удовлетворенности потребителей: состояние, проблемы, рекомендации по повышению удовлетворенности сборник статей ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ: сборник статей VI Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2023 Шадрина Л.Ю.
381. Гилева В.С. ЦКМ001 Исследование потребителя: необходимость, основные направления, сегментирование потребителей и выбор целевого рынка/ НАУКА МОЛОДЫХ — БУДУЩЕЕ РОССИИ: сборник статей V Всероссийской научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2023. – 322 с. <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2023/05/МК-1709.pdf> Шадрина Л.Ю.
382. Герман В.А. ЦКМ001 Исследование отношение потребителей к бренду: состояние, проблемы, направления совершенствования сборник статей V Всероссийской научно-практической конференции, состоявшейся 17 мая 2023 г. в г.Пенза «Наука молодых – будущее России» Шадрина Л.Ю.

383. Юркова А.А. ЦКМ002 ОЦЕНКА УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ РАБОТОЙ ОРГАНИЗАЦИИ КАК НАПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ Научное сообщество студентов: МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: сб. ст. по мат. CLXIV междунар. студ. науч.-практ. конф. No 9(163). URL: [https://sibac.info/archive/meghdis/9\(163\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/9(163).pdf) Шадрина Л.Ю.
384. Отечко П.Е. РС001 Мировой рекламный рынок: состояние, проблемы, перспективы развития СОВРЕМЕННАЯ ЭКОНОМИКА И ПРАВО: ОПЫТ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО И ЭМПИРИЧЕСКОГО АНАЛИЗА Сборник статей VI Международной научно-практической конференции, состоявшейся 22 мая 2023 г. в г. Петрозаводске. Шадрина Л.Ю.
385. Хегай М.Д. РС001 Маркетинговое исследование удовлетворенности потребителей розничной сети магазинов "Магнит" НАУКА, ОБЩЕСТВО, ИННОВАЦИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ: сборник статей Международной научнопрактической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2023. С. 259- 262. Шадрина Л.Ю.
386. Никонова А.А. ЦКМ001 Исследование потребительских предпочтений торговой марки. «Студенческий вестник», 2023. [Электронный ресурс], URL: [https://www.internauka.org/archive2/vestnik/9\(248_3\).pdf](https://www.internauka.org/archive2/vestnik/9(248_3).pdf) Шадрина Л.Ю.
387. Семенов В.А. ЦКМ001 Товарная и сервисная политик конкурентов Студенческий научный форум 2023 сборник статей VIII Международной научно-практической конференции. Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». 2023. С 58-61 Шадрина Л.Ю.
388. Терехова П.О. ЦКМ001 ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КАК НАПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ. «Студенческий вестник», 2022. [Электронный ресурс], URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/250> Шадрина Л.Ю.
389. Каблукова В.А. ЦКМ002 ИССЛЕДОВАНИЕ СТЕПЕНИ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПРЕДЛАГАЕМЫМИ УСЛУГАМИ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ СТЕПЕНИ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ Научное сообщество студентов: МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: сб. ст. по мат. CLXV междунар. студ. науч.-практ. конф. № 10(164). URL: [https://sibac.info/archive/meghdis/10\(164\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/10(164).pdf) Шадрина Л.Ю.
390. Гринева А.В. ЦКМ002 Мотивация покупательского поведения: теоретические основы и способы оценки Научный журнал "Студенческий вестник" 14.06.23 Интернаука Шадрина Л.Ю.

391. Власов Е.А. ЦКМ002 Рекламные и PR-технологии в социальной сфере Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2023. No 19(258). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/258> Шадрина Л.Ю.
392. Дзюба Е.Ю. ЦКМ002 Изучение потребителей: необходимость, основные направления, сегментирование потребителей и выбор целевого рынка сборник статей V Международной научно-практической конференции "Современная экономика: актуальные вопросы теории и практики" . Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». 2023. Шадрина Л.Ю.
393. Зыбарев Е.А. РС0001 Маркетинговое исследование состояния покупательского спроса авиакомпании «Уральские авиалинии» сборник статей V Международной научно-практической конференции "World of science" . Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». 2023. Шадрина Л.Ю.
394. Богуненко Е.В. ЦКМ002 Маркетинговое исследование: понятие, сущность, методы сбора данных Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2023. No 20(259). URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/259> Шадрина Л.Ю.
395. Псарева Е.Д. РС0001 ИССЛЕДОВАНИЕ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2023. No 20(259). [Электронный ресурс] URL: <https://www.internauka.org/journal/stud/herald/259?type=articles> Шадрина Л.Ю.
396. Кузнецова В.О. РС0001 Исследование товарной и сервисной политики конкурентов как направление маркетинговых исследований "Всероссийское издание «Педразвитие» No ФС 77 - 60640 ОТ 20.01.2015. [Электронный ресурс]. URL: http://pedrazvitie.ru/servisy/publikaciya_materiala_na_saite/material?id=2908 Шадрина Л.Ю.
397. Умунц А.М. 4ЦКМ12 СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ И МЕССЕНДЖЕРЫ КАК СОВРЕМЕННЫЕ ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМЫ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА//XVIII Международной научно-практической конференции: «ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА» ИРС-18, 09 сентября 2023 г. Шадрина Л.Ю.
398. Шевченко А.А. 4ЦКМ12 Особенности формирования репутации на B2B рынке// сборник научных трудов по материалам восьмой международной научно-практической конференции «Наука в современном мире: результаты исследований и открытий». 08.09.2023 г. Анапа Шадрина Л.Ю.

399. Грешилова А. В. 4ЦКМ12 Разработка стратегии интернет-магазина ПАО Совкомбанк// сборник статей 6-ой международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы современных научных исследований» 10.09.23 г. Пенза. С 103-106 Шадрина Л.Ю.
400. Делкова В. А. 4ЦКМ12 Оценка состояния сайта и привлечение потребителей интернет-магазина// сборник статей 6-ой международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы современных научных исследований» 10.09.23 г. Пенза. С 106-109 Шадрина Л.Ю.
401. Косинцев А.А. 4ЦКМ11 Настройка эффективной рекламной кампании в Яндекс Директ// сборник статей международной научно-практической конференции «Актуальные исследования и разработки в области естественных, технических, гуманитарных наук» г. Белгород, 16.06.2023 Шадрина Л.Ю.
402. Левада А.В. 4ЦКМ12 Социальные медиа в продвижении стоматологической клиники// сборник статей 6-ой международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы современных научных исследований» 10.09.23 г. Пенза. С 109-113 Шадрина Л.Ю.
403. Тармышева А.А. 4ЦКМ12 ОРГАНИЗАЦИЯ ВНУТРЕННЕЙ РЕКЛАМЫ НА WILDBERRIES // Научное сообщество студентов XXI столетия. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. СХХIX междунар. студ. науч.-практ. конф. № 9(129). URL: [https://sibac.info/archive/economy/9\(129\).pdf](https://sibac.info/archive/economy/9(129).pdf) (дата обращения: 15.09.2023) Шадрина Л.Ю.
404. Ельцова А.Е. 4 КМ12 КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ // Научное сообщество студентов XXI столетия. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. СХХIX междунар. студ. науч.-практ. конф. № 9(129). URL: [https://sibac.info/archive/economy/9\(129\).pdf](https://sibac.info/archive/economy/9(129).pdf) (дата обращения: 15.09.2023) Шадрина Л.Ю.
405. Дондерфер, С. А. ЦКМ002 Рекламные стратегии высших учебных заведений предпринимательского типа / С. А. Дондерфер // СОВРЕМЕННАЯ НАУКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ и ИННОВАЦИИ : сборник статей XXXII Международной научно-практической конференции, Пенза, 25 августа 2023 года. – Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2023. – С. 286-288. – EDN LKTIYF. [Электронный ресурс] URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=54332327> Шадрина Л.Ю.

406. Чуканова Д. М. PCO001 ОСОБЕННОСТИ МЕДИАПЛАНИРОВАНИЯ НА РАДИО// «Научный лидер» выпуск # 35 (133), Сентябрь '23. URL: <https://scilead.ru/article/4927-osobennosti- mediaplanirovaniya-na-radio> Шадрина Л.Ю.
407. Дёмкина Н.О. 4 КМ12 ТРАНСПОРТНАЯ РЕКЛАМА КАК СПОСОБ СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТА // Научное сообщество студентов XXI столетия. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. СХХIX междунар. студ. науч.-практ. конф. № 9(129). URL: [https://sibac.info/archive/economy/9\(129\).pdf](https://sibac.info/archive/economy/9(129).pdf)(дата обращения: 15.09.2023) Шадрина Л.Ю.
408. 4ЦКМ12 Могилевец К.В. Онлайн-реклама как основной инструмент продвижения продукта// сборник научных трудов по материалам восьмой международной научно-практической конференции «инновационный развития научной мысли» седьмое. 07.09.2023 .г. Анапа
409. 4ЦКМ01 Гончарова Ю.А. Организационная конкурентоспособность через стратегическое управление знаниями// сборник 5 международной научно-практической конференции «Финансы и реальный сектор экономики в современных условиях» г. Пенза. МЦНС «Наука и просвещение» <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2023/01/МК- 1612.pdf>
410. мБО21 Лаврентьев Е.В. Сущность, особенности и эффективность маркетинговой деятельности в сфере услуг общественного питания// Актуальные исследования, №28, 2023
411. мБО21 Прозорова Ю.С. Рекламная и PR деятельность в сфере гражданской авиации// международный научный журнал «Синергия наук», 2023 , июль. <http://synergy-journal.ru/archive/article7644>
412. Черненко В.В. мБО21 Эффективные инструменты интернет-маркетинга //CLXVIII Международной научно- практической конференции «Научное сообщество студентов: МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ» (Россия, г. Новосибирск, 26 июня 2023 г.) <https://sibac.info/archive/meghdis/12%28166%29.pdf>
413. Султанова Ю.Г. мБО21 Тенденции интернет-продвижения в социальных сетях// Актуальные исследования #28 (158), июль 2023
414. Воронович А.Ю. мБО21 Алгоритм разработки стратегии интернет-маркетинга//Молодой ученый (международный научный журнал), №28 (475), июль, 2023.

415. Милованова Л.А. PCO01 Телевизионная реклама// сборник материалов студенческой международной научно-практической конференции «Научное сообщество студентов» №12 (166). С. 153-160
416. Рымар К.А. мБО21 Этапы разработки и оценка эффективности digital-стратегии продвижения бренда// Актуальные исследования, №28, 2023
417. Вдовина А.С. мБО21 Тенденции в развитии онлайн-продаж//Актуальные исследования №24 (154), июнь 2023
418. Власова А.А. PCO01 Исследование мотивации покупательского поведения: состояние, проблемы, направления совершенствования// сборник материалов студенческой международной научно-практической конференции «Научное сообщество студентов» №12 (166)
419. Перемыкина А.С. PCO01 Исследование удовлетворенности потребителей: состояние, проблемы, рекомендации по повышению удовлетворенности// сборник материалов студенческой международной научно-практической конференции «Научное сообщество студентов» №12 (166)
420. Дондерфер С. А. ЦКМ002 Влияние рекламы на покупательское поведение (по материалам маркетингового исследования) / С. А. Дондерфер // АКТУАЛЬНЫЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ : сборник статей XII Международной научно-практической конференции : в 4 ч., Пенза, 5 июня 2023 года. Том Часть 4. – Пенза: Наука и Просвещение. 2023. – С. 108-110. [Электронный ресурс] URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=53968017&pff=1>
421. Гаража Ю.А. PCO91 ВТЛ-реклама как способ коммуникации с потребителем // // NEW SCIENCE RESEARCH : сборник статей Международной научно-практической конференции (11 сентября 2023 г.). – Петрозаводск : МЦНП «НОВАЯ НАУКА», 2023. – с. 13-18. [KOF-862.pdf \(scienzen.org\)](#)
422. Скипа М.А. PCO91 Особенности рекламы в сети интернет // NEW SCIENCE RESEARCH : сборник статей Международной научно-практической конференции (11 сентября 2023 г.). – Петрозаводск : МЦНП «НОВАЯ НАУКА», 2023. – с. 24-29. [KOF-862.pdf \(scienzen.org\)](#)
423. Мучкаева Д.П. 4ЦКМ01 Рекламные исследования как разновидность маркетинговых исследований: понятие и значение // Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2023. № 33(272).

424. Шинкарёва О.В., Шадрина Л.Ю. МОДЕЛЬ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ЛИЧНОГО БРЕНДА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ // Вестник науки №10 (67) том 1. С. 65 - 71. 2023 г. ISSN 2712-8849 // Электронный ресурс: <https://www.вестник-науки.рф/article/10100> (дата обращения: 03.10.2023 г.
425. Шинкарёва О.В., Шадрина Л.Ю. Метод разработки карты пути клиента: как анализ паттернов потребительского поведения аудитории онлайн школы // Интернаука: электрон. научн. журн. 2023. № 35(305). URL: <https://internauka.org/journal/science/internauka/305> (дата обращения: 23.09.2023)
426. Карнаухова М.С. 4ЦКМ12 Реклама в Интернете как современный инструмент продвижения туристических услуг // Международная студенческая научно-практическая конференция «Научное сообщество студентов 21 столетия» [https://sibac.info/archive/meghdis/16\(170\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/16(170).pdf)
427. Осипович А.Л. 4ЦКМ11 Основы в продвижении люкса и массмаркета // международная научно-практическая конференция «Молодой исследователь: вызовы и перспективы» №26 (315) <https://elibrary.ru/item.asp?id=54314700&selid=54314728>
428. Лемешева М.А. 4ЦКМ11 Продвижение корпоративного сайта коммерческой организации в Яндекс.Директ // Международная студенческая научно-практическая конференция «Научное сообщество студентов: междисциплинарные исследования» №12 (166) Обложка сборника (<https://sibac.info/archive/meghdis/12%28166%29.pdf>)
429. Корчагин С.Н. 4ЦКМ11 Организация рекламной кампании во ВКонтакте // Международная студенческая научно-практическая конференция «EurasiaScience» – https://xn--80aa3afkgvdfe5he.xn--p1ai/ES53_originalmaket_N.pdf
430. Жолобова 4ЦКМ11 Эффективность использования визуальных элементов в рекламе // Международная студенческая научно-практическая конференция «Научное сообщество студентов 21 столетия» ([https://sibac.info/archive/meghdis/12\(166\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/12(166).pdf))
431. Почтарь С. А.ЦКМ002 Комплексное исследование рынка: необходимость, оценка состояния, проблемы и основные тенденции развития/ С. А. Почтарь // Наука, образование, инновации: актуальные вопросы и современные аспекты сборник статей XVIII Международной научно-практической конференции. Пенза, 2023: XVIII Международной научно-практической конференции. 2023. – С. 202 – 204. - EDN: HVNYNP. [Электронный ресурс] URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=54380505&pff=1>
432. Надточей С.В. 4ЦКМ12 Теоретические аспекты рекламы и PR коммерческой организации в сети интернет // Международная студенческая научно-практическая конференция «Научное сообщество студентов 21 столетия. Экономические науки» №9 (129)
433. Никонова А.А. ЦКМ001 Исследование потребительских предпочтений торговой марки // «Студенческий вестник», 2023. [Электронный ресурс], URL: [https://www.internauka.org/archive2/vestnik/9\(248_3\).pdf](https://www.internauka.org/archive2/vestnik/9(248_3).pdf)

434. Семенов В.А. ЦКМ001 Товарная и сервисная политик конкурентов // Студенческий научный форум 2023 сборник статей VIII Международной научно-практической конференции. Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». 2023. С 58-61
435. Терехова П.О. ЦКМ001 ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КАК НАПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ // «Студенческий вестник», 2022. [Электронный ресурс], URL: <https://studvestnik.ru/journal/stud/herald/250>
436. Каблукова В.А. ЦКМ002 ИССЛЕДОВАНИЕ СТЕПЕНИ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПРЕДЛАГАЕМЫМИ УСЛУГАМИ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ СТЕПЕНИ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ // Научное сообщество студентов: МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: сб. ст. по мат. CLXV междунар. студ. науч.-практ. конф. № 10(164). URL: [https://sibac.info/archive/meghdis/10\(164\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/10(164).pdf)
437. Волкова Д.Г. мРБ31 Современные тенденции и инновации в упаковке и дизайне продукции // ЭКОНОМИКА, ФИНАНСЫ И УПРАВЛЕНИЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ: сборник статей VIII Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2024. – С. 35 – 37. URL: <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2024/07/МК-2085.pdf>
438. Вязовская А. О. мРБ31 ФАНДРАЙЗИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ // Молодой учёный: сборник статей VIII Международной научно-практической конференции, Пенза, 05 июля 2024 года. – Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2024. – 212 с. Электронный адрес публикации: <https://elibrary.ru/item.asp?id=67958878>
439. Дорофеева, Е. Д. мРБ31 Условия и особенности продвижения организаций / Е. Д. Дорофеева. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2024. – No 21 (520). – С. 352-353. – URL: <https://moluch.ru/archive/520/114721/>
440. Анисимова С.В. Проблемы формирования визуальной стратегии в интернет- коммуникации // Научные записки НГУЭУ. 2024.No1.URL <https://nsuem.ru/upload/uf/511/%D0%9D%D0%B0%D1%83%D1%87%D0%BD%D1%8B%D0%B5%20%D0%B7%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BA%D0%B8%20%E2%84%961%202024.pdf>
441. Филькина А.Д. мБО31в Агенты влияния и их использование в рекламной деятельности // Трибуна ученого: электрон.научн.журн.2024. №6. URL: <https://tribunescientists.ru/articles/3240>

