

ДАТА ЗАЩИТЫ: 26 МАЯ 2020

	ФИО	Тема	Научный руководитель	Рецензент 1	Рецензент 2
ПОДКОМИССИЯ 1					
1	Бажаткова Элина Эдуардовна	Восприятие бренда на основе взаимодействия с пользователями в социальных сетях	Рыбалко Мария Александровна, к.э.н., доцент кафедры маркетинга, ЭФ МГУ	Пахалов Александр Михайлович, Научный сотрудник лаборатории институционального анализа ЭФ МГУ	Анциферов Юрий Дмитриевич, Советник уполномоченного по защите прав предпринимателей при президенте Российской Федерации, Общественная палата Российской Федерации
2	Баранов Владислав Андреевич	Влияние лидеров мнений на продвижение услуг мобильных операторов	Гудкова Татьяна Викторовна, к.э.н., доцент кафедры политической экономики, ЭФ МГУ	Заздравных Алексей Витальевич, к.э.н., доцент ЭФ МГУ	Борисова Наталья Александровна, начальник отдела развития, АО РТК
3	Калиночкин Максим Андреевич	Влияние параметров промо-акций на поведение потребителей на примере интернет-магазина	Герасименко Валентина Васильевна, д.э.н., проф., зав. кафедрой маркетинга, ЭФ МГУ	Симонов Кирилл Вячеславович, к.э.н., доцент кафедры маркетинга, ЭФ МГУ	Иванов Константин Александрович, зам. начальника бюро ценообразования, АО «Раменское Приборостроительного конструкторское бюро» (РПКБ)
4	Когай Алла Валерьевна	Современные тренды развития экологического маркетинга в России	Никоноров Сергей Михайлович, д.э.н., профессор кафедры экономики природопользования, ЭФ МГУ	Герасименко Валентина Васильевна, д.э.н., проф., зав. кафедрой маркетинга, ЭФ МГУ	Шевчук Анатолий Васильевич, д.э.н., Зам. председателя, СОПС ВАВТ Минэкономразвития России
5	Курочкин Георгий Александрович	Влияние размера упаковки на восприятие цены	Солодухина Анна Владимировна, к.э.н., доцент кафедры финансов и кредита, ЭФ МГУ	Пахалов Александр Михайлович, Научный сотрудник лаборатории институционального анализа, ЭФ МГУ	Иванов Константин Александрович, Зам. начальника бюро ценообразования, АО «РПКБ»
6	Лещенко Ирина Александровна	Коммуникационная стратегия на рынке авиаперевозок как инструмент повышения узнаваемости бренда	Рыбалко Мария Александровна, к.э.н., доцент кафедры маркетинга, ЭФ МГУ	Андреюк Денис Сергеевич, к.б.н., доцент кафедры маркетинга, ЭФ МГУ	Зоткина Елизавета Сергеевна, Старший медиа-менеджер, Рекламное агентство "Изи-Медиа"
7	Суняева Ирина Александровна	Каналы маркетинговых коммуникаций для развития бренда работодателя на рынке труда молодых специалистов	Каминский Денис Семенович, к.э.н., член наблюдательного совета программы «Маркетинг»	Рыбалко Мария Александровна, к.э.н., доцент кафедры маркетинга, ЭФ МГУ	Курочкин Максим Евгеньевич, отдел цифрового маркетинга, старший специалист, Future Today
8	Хайретдинов Дмитрий Наилевич	Управление клиентским опытом на примере мобильного приложения	Рыбалко Мария Александровна, к.э.н., доцент	Пахалов Александр Михайлович, Научный сотрудник лаборатории	Игнатьева Светлана Андреевна, Руководитель департамента маркетинга

			кафедры маркетинга, ЭФ МГУ	институционального анализа, ЭФ МГУ	(направление электронной коммерции), АО Почта России
9	Ши Фуюань	Кросс-культурный маркетинг американского фастфуда в Китае	Черников Александр Васильевич, к.э.н., доцент кафедры маркетинга, ЭФ МГУ	Никитин Станислав Андреевич, ассистент кафедры маркетинга, ЭФ МГУ	Е Симэн, самозанятый предприниматель

	ФИО	Тема	Научный руководитель	Рецензент 1	Рецензент 2
ПОДКОМИССИЯ 2					
1	Быченкова Ирина Витальевна	Роль корпоративной социальной ответственности в формировании имиджа бренда на рынке товаров массового спроса	Солодухина Анна Владимировна, к.э.н., доцент кафедры финансов и кредита, ЭФ МГУ	Молчанов Игорь Николаевич, д.э.н., профессор кафедры политической экономики, ЭФ МГУ	Михайлова Наталья Леонтьевна, Digital&Meda Head, MARS PetCare (ООО МАРС)
2	Гортинская Юлия Александровна	Специфика стимулирования сбыта на табачном рынке (на примере бренда Logic)	Очковская Марина Станиславовна, к.э.н., доцент кафедры маркетинга, ЭФ МГУ	Городничева Анастасия Геннадьевна, маркетинг-директор категории жевательной резинки, фруктовых и мятных конфет, Mars Wrigley	Александр Михайлович Пахалов, Научный сотрудник лаборатории институционального анализа, ЭФ МГУ
3	Егоров Егор Сергеевич	Формирование негативного имиджа конкурента как инструмент дифференциации (на материалах президентской кампании в Соединенных Штатах Америки 2016 года)	Чирков Максим Андреевич, к.э.н., доцент кафедры политической экономики, ЭФ МГУ	Павлов Михаил Юрьевич, к.э.н., доцент кафедры политической экономики, МГУ	Яковлев Кирилл Валерьевич, GR-консультант, "Полилог"
4	Кудрявцева Надежда Александровна	Влияние социально-демографических характеристик целевой аудитории на восприятие юмористических рекламных сообщений в социальных сетях	Пахалов Александр Михайлович, Научный сотрудник лаборатории институционального анализа ЭФ МГУ	Сусллова Ирина Павловна, инженер, зам.зав. лаборатории, ЭФ МГУ	Айтян Татевик Ваниковна, к.э.н., Старший бренд менеджер, АО «Санофи-авентис груп»
5	Мищенко Екатерина Владимировна	Нейрофизиологические методы изучения потребительского восприятия рекламного контента	Шерешева Марина Юрьевна, д.э.н., профессор кафедры прикладной институциональной экономики, ЭФ МГУ	Колкова Ксения Михайловна, психолог-эксперт, ООО «ЦИРПП»	Березка Светлана Михайловна, старший преподаватель НИУ ВШЭ
6	Омархон Тура Кумушхон	Влияние инновационности продукта на восприятие потребителей-миллениалов	Олейник Александр Николаевич, к.э.н., доцент кафедры мировой экономики ЭФ МГУ	Очковская Марина Станиславовна, к.э.н., доцент кафедры маркетинга, ЭФ МГУ	Зеленчук Александра Александровна, Senior Associate Brand Manager Media, Procter & Gamble
7	Сараев Артем Олегович	Оценка эффективности различных каналов продвижения в цифровой среде	Андреюк Денис Сергеевич, к.б.н., доцент кафедры маркетинга, ЭФ МГУ	Черников Александр Васильевич, к.э.н., доцент кафедры маркетинга, ЭФ МГУ	Быков Виктор Александрович, д.т.н., Президент компании, ООО НТ-МДТ
8	Телятников Сергей Сергеевич	Особенности потребительского поведения в отношении нового продукта	Андреюк Денис Сергеевич, к.б.н., доцент кафедры маркетинга, ЭФ МГУ	Черников Александр Васильевич, к.э.н., доцент кафедры маркетинга, ЭФ МГУ	Быков Виктор Александрович, д.т.н., Президент компании, ООО НТ-МДТ

		на примере символической и сувенирной продукции			
9	Чубов Максим Алексеевич	Влияние ассортимента продукции на потребительский выбор на примере производителей одежды	Никитин Станислав Андреевич, ассистент кафедры маркетинга, ЭФ МГУ	Черников Александр Васильевич, к.э.н., доцент кафедры маркетинга, ЭФ МГУ	Матвеевко Максим Анатольевич, самозанятый предприниматель