

Согласие официального оппонента

Я, **Семенов Игорь Владиславович**, согласен выступить в качестве официального оппонента на защите диссертации **Климанова Дениса Евгеньевича** на соискание ученой степени кандидата экономических наук по теме «Маркетинговый подход к анализу бизнес-моделей», специальность **08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)**.

О себе сообщаю следующие данные:

Фамилия, имя, отчество (при наличии)	Семенов Игорь Владиславович
Ученая степень (№ диплома)	Кандидат экономических наук
Шифр и название научной специальности, по которой защищена диссертация	08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).
Ученое звание (по кафедре или специальности; № аттестата)	Доцент
Полное наименование организации, являющейся основным местом работы	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления»
Занимаемая должность (с указанием структурного подразделения)	Доцент кафедры маркетинга Института маркетинга ГУУ
Список основных публикаций по теме диссертации в рецензируемых научных изданиях за последние 5 лет (не более 15)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Семёнов И.В. Стратегический маркетинг и система создания потребительской ценности в условиях перехода к экономике знаний // Вестник университета (Государственный университет управления). – 2017. – №. 2. – С. 95-102.. 2. Семёнов И.В. Стратегическая конкурентоспособность организации: маркетинговый подход // Маркетинг. – 2016. – № 6. – С. 96-121. 3. Семёнов И.В. Маркетинговые стратегии развития организации в условиях перехода к новой экономике // Актуальные проблемы управления – 2016 [Текст] : материалы 21-й Международной научно-практической конференции. Вып. 2 / Государственный университет управления. – М. : Издательский дом ГУУ, 2016. – С. 54-58. 4. Семёнов И.В. К вопросу об определении стратегического маркетинга // Международная научная конференция «Ломоносовские чтения-2016». Экономическая наука и развитие университетских научных школ (к 75-летию экономического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова): Сборник статей / Под ред. А. А. Аузана, В. В. Герасименко. — М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2016. – С. 696-703. 5. Семёнов И.В. Система создания потребительской ценности: от Портера к Остервальдеру? // Актуальные проблемы управления – 2015 [Текст] : материалы 20-й Международной научно-практической конференции. Вып. 4 / Государственный университет управления. – М. : Издательский дом ГУУ, 2015. – С. 202-206. 6. Семёнов И.В. Место маркетинговой стратегии в системе стратегического маркетинга

организации // Маркетинг взаимодействия и технологии пространственно-системной экономики: Материалы Международной научно-практической конференции. 10–12 сентября 2015 г. Санкт-Петербург / Под науч. ред. д-ра экон. наук проф. Г.Л. Багиева и д-ра экон. наук проф. О.У. Юлдашевой. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2015. С. – 137-145.

7. Семёнов И.В. Эволюция стратегической ориентации организации в условиях рыночной экономики // Вестник университета (Государственный университет управления). – М.: Издательский центр ГУУ. – 2014. – № 21. – С. 144-147.
8. Семёнов И.В. (в соавторстве). Будущее сегментации рынка: от статики к динамике? // Современный менеджмент: проблемы, гипотезы, исследования. Вып. 5 [Электронный ресурс]: сб. науч. тр. / под науч. ред. И.О. Волковой; сост. Е.В. Филипская; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики», ф-т менеджмента. — Электрон. текст. дан. (4,74 Мб). — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. — С. 167-179
9. Семёнов И.В. Устойчивое конкурентное преимущество: реальность или иллюзия? // Управление экономикой в стратегии развития России [Текст]: материалы Международного управленческого форума. Вып. 2 / Государственный университет управления. – М.: ГУУ, 2014. – С. 41-45.
10. Семёнов И.В. Ориентация на рынок, маркетинговые стратегии и стратегический маркетинг российских компаний // Актуальные проблемы управления – 2013 [Текст]: материалы 18-й Международной научно-практической конференции. Вып. 1; Государственный университет управления. – М.: ГУУ, 2013. – С. 252-255.
11. Семёнов И.В. Является ли маркетинговая стратегия развития компании «недостающим звеном» в исследовании её ориентации на рынок? // Современный менеджмент: проблемы, гипотезы, исследования [Текст]: сб. науч. тр. Вып. 4: в 2 ч. / Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики», ф-т менеджмента; науч. ред. М.Ю. Шерешева; сост. У.В. Ломакова. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. – Ч. 2. – С. 346-354.
12. Семёнов И.В. Стратегическая сегментация как инструмент моделирования жизненного цикла рынка nano РФ // Проблемы управления

	в реальном секторе экономики: вызовы модернизации. (Актуальные проблемы управления – 2012) [Текст]: материалы Международной научно-практической конференции. Вып. 1 / Государственный университет управления. – М.: ГУУ, 2012. – С. 124-128.
Являетесь ли Вы работником НИУ ВШЭ (в том числе по совместительству)?	Нет
Являетесь ли Вы работником (в том числе по совместительству) организаций, где работает соискатель ученой степени, его научный руководитель?	Нет
Являетесь ли Вы работником (в том числе по совместительству) организаций, ведущих работы по контрактам, в которых занят соискатель ученой степени или его научный руководитель в качестве руководителя, исполнителя (соисполнителя)?	Нет
Являетесь ли Вы членом комиссии ВАК РФ?	Нет
Являетесь ли Вы членом экспертных советов ВАК РФ?	Нет

к.э.н., доцент
кафедры маркетинга
Института маркетинга ГУУ

И.В. Семёнов

