**СПИСОК**

**опубликованных учебных изданий и научных трудов**

**Комаровой Е.В. за 2002-2017 гг.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование учебных изданий и научных трудов и патентов на изобретения и иные объекты интеллектуальной собственности | Форма учебных изданий и научных трудов | Выходные данные | Объем | Соавторы |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| **научные труды** | | | | | |
|  | Интернет и новые  возможности службы  маркетинга | Печатная | Сб.науч. трудов. –Тверь. – ТвГУ. - 2002 | 0,3 п.л. |  |
|  | Разработка стратегии  позиционирования  отечественной продукции с  учетом специфики  российских условий. | Печатная | Вестник Тверского государственного университета. Серия Экономика и управление. - 2005. -№1. | 0,5 п.л. |  |
|  | Специфика преподавания  маркетинговых дисциплин в  современных российских | Печатная | Сб.науч.трудов –Тверь. – ТвГУ. - 2005 | 0,5 п.л. |  |
|  | Методические проблемы  оценки эффективности  маркетинговой деятельности  предприятия | Печатная | Вестник Тверского государственного университета. Серия Экономика и управление. - 2007. -№1. | 0,8 п.л. | Компаниец О.С. |
|  | Совершенствование  организации и планирования  презентаций на примере  продукции ОАО ТПТО  «ВИТЭКС» | Печатная | Сб. Научных трудов. – Тверь. - ТФ МЭСИ. – 2007. | 0,5 п.л. |  |
|  | Методика оценки конкурентоспо-собности продукции предприятия | Печатная | Сб. науч. Трудов. -  Велико-Тырновский  гос.университет  (Болгария). – 2008. | 0,5 п.л. |  |
|  | Особенности маркетинга в малом бизнесе. | Печатная | Журнал «Малый бизнес». – Тверь. – 2008. - №3. - С. 12-16. | 0,4 п.л. |  |
|  | Конкурентоспособ-ность: что делать? | Печатная | Журнал «Малый бизнес». – Тверь. – 2008. - №4. - С. 14-18. | 0,4 п.л |  |
|  | Формирование имиджа предприятия | Печатная | Журнал «Точка роста». – Тверь. – 2008. - №.5. - С. 51-54 | 0,4 п.л |  |
|  | Реклама: что делать? | Печатная | Журнал «Точка роста». – Тверь. – 2008. - №.8-9. - С.55-58 | 0,4 п.л |  |
|  | Маркетинговые проблемы малого бизнеса и пути их решения. | Печатная | Материалы 7-й Всероссийской научно-практической конференции «Иновационное развитие и социально-экономические процессы региона». Тверь. - ТФ МЭСИ. – 2008. | 0,3 п.л. |  |
|  | Роль маркетинга в иновационной политике предприятия. | Печатная | Интеграция бизнеса и образования: Тезисы научно-практической конференции. Тверь. - ТФ МЭСИ. – 2009. | 0,2 п.л. |  |
|  | Развитие профессиональных навыков студентов в преподавании маркетинговых дисциплин. | Печатная | Особенности развития профессионального образования в современных условиях: тезисы научно-теоретической конференции. Тверь. - ТФ МГЭИ. – 2009. | 0,2 п.л. |  |
|  | Проблемы поэтапного перехода организаций к маркетингово-ориентированному управлению на примере сети магазинов «Белый танец» | Печатная | Сборник научных трудов кафедры ЭиУП ТвГУ 2010 г. | 1 п.л. | Компаниец О.С. |
|  | Развитие маркетингового образования как фактор формирования нового мышления | Печатная | Приоритетные направления развития  гуманитарно- экономического образования в современной России: материалы научно-теоретической конференции. - Тверь. – МГЭИ. – 2011. | 0,3 п.л. |  |
|  | Проблемы становления социально-этичного  маркетинга в России. | Печатная | Проблемы формирования в России гражданского общества и правового государства: тезисы научно-теоретич. конференции.- Тверь. - ТФ МГЭИ. – 2011. | 0,25 п.л. |  |
|  | Особенности рекламной деятельности в сфере туризма. | Печатная | Парннерство бизнеса и образования в инновационном развитии региона: тезисы межвузовской  научно-практической конференции. – Тверь. -ТФ МЭСИ. – 2011. | 0,5 п.л. |  |
|  | Проблемы ребрендинга в России  (тезисы доклада) | Печатная | Факторы развития экономики России: Материалы IV научно-практической конференции. - Тверь. – ТвГУ. - 2012.- С.143-146 | 0,3 п.л. |  |
|  | Маркетинговые проблемы развития туризма в Тверской области (текст доклада) | Печатная | Состояние и перспективы развития экономики Тверского региона: Материалы научно-практической конференции. – Тверь. - ТФ МГЭИ. – 2012. – С. 67-70 | 0,3 п.л. |  |
|  | Особенности развития концепций маркетинга в России  (текст доклада) | Печатная | Становление и развитие гуманитарно-экономических наук в современной России: Материалы межвузовской научно-теоретической конференции «. -Тверь, ТФ МГЭИ. - 2013. С.32-36 | 0,3 п.л. |  |
|  | Проблемы формирования имиджа в малом бизнесе (тезисы доклада) | Печатная | Становление и развитие гуманитарного знания. Межвузовская научно-методическая конференция – Тверь. - ТФ МГЭИ. - 2014 .- С. 42-46 | 0,3 п.л. |  |
|  | **SPSS в антикризисном маркетинге (научная статья)** | **Печатная** | **Вестник Тверского государственного университета. Серия Экономика и управление. - 2014. -№1. - С.350-359.** | **0,6 п.л./0,3 п.л.** | **Кишко В.А.** |
|  | Маркетинговые проблемы малого бизнеса (научная статья). | Печатная | Логико-филологические проблемы науки. – Сборник статей.– Тверь. - ТФ МГЭИ. - 2014. – С.93-100 | 0,5 п.л. |  |
|  | Проблемы реализации функций маркетинга персонала (текст доклада) | Печатная | Партнерство бизнеса и образования в инновационном развитии региона. - Сборник трудов XIII Международной научно-практической конференции. -Тверь. - ТФ МЭСИ. – 2014. – С. 28-32 | 0,4 п.л. |  |
|  | **Имидж как важнейший элемент маркетинговых коммуникаций компании. (научная статья)** | **Печатная** | **Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. – 2014. - № 6. – С.114-118** | **0,5 п.л. / 0,3 п.л.** | **Москаев А.В.** |
|  | **Почему в термине «Интернет-маркетинг» слово маркетинг снова становится главным. (научная статья)** | **Печатная** | **Вестник Тверского государственного университета. Серия Экономика и управление. Т.2. – 2015. - №1. – С.166-173.** | **0,6 п.л. / 0,3 п.л.** | **Москаев А.В.** |
|  | Современные проблемы маркетинга персонала. (тезисы доклада) | Печатная | Современная гуманитарно-экономическая наука и тенденции ее развития.Тезисы региональной научно-теоретической конференции. – Тверь. – ТФ МГЭИ. – 2015. – С.40-43 | 0,3 п.л. |  |
|  | **Теоретико-методологические и практические основы исследования потребительских приоритетов. (научная монография)** | **Печатная** | **Тверь. – СФК-офис . - 2016** | **9,3 п.л./1,2 п.л.** | **Величко М.П.**  **Зеленов А.А**  **Иванов Н.И.**  **Крюкова О.В.**  **Попкова Т.А.**  **Гайдуков В.Н.** |
|  | **Исследование поведения потребителей как фактор повышения конкурентоспособности бизнеса. (**  **научная статья)** | **Печатная** | **Вестник Тверского государственного университета. Серия Экономика и управление. Т.2. – 2016. - №1. – С.128-133** | **0,5** |  |
|  | **Проблемы продвижения туристского продукта на рынок** | **Печатная** | **Факторы развития экономики России, Сборник трудовVIII Международной научно-практической конференции.2016 С. 99-104** | **0,4 п.л.** |  |
|  | **Роль маркетинговой службы в решении проблем инновационной деятельности предприятия** | **Печатная** | **В сборнике: Факторы развития экономики России, Сборник трудов IX Международной научно-практической конференции. 2017. С. 137-142.** | **0,5 п.л.** |  |
|  | **Особенности исследования потребительских приоритетов** | **Печатная** | **Проблемы экономической и информационной безопасности: Сб. научных статей по материалам региональной научно-практической конференции [электронный ресурс]**  **- Тверь:ЦНиОТ, 2017**  **С.62-69** | **0,5 п.л.** |  |