



15.12.2025

2.10-02/151225-7

Об утверждении тем, руководителей и соруководителей выпускных квалификационных работ студентов образовательной программы «Маркетинг: цифровые технологии и маркетинговые коммуникации» Высшей школы бизнеса

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Утвердить темы выпускных квалификационных работ студентов 2 курса образовательной программы магистратуры «Маркетинг: цифровые технологии и маркетинговые коммуникации», направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, Высшей школы бизнеса, очной формы обучения (приложение).
2. Назначить руководителей и соруководителей по подготовке выпускных квалификационных работ студентов согласно приложению.
3. Установить предварительный срок представления итогового варианта выпускной квалификационной работы до 14.05.2026.

Заместитель директора

А.О. Габриелов

**Список тем, руководителей и соруководителей выпускных квалификационных работ студентов образовательной программы
"Маркетинг: цифровые технологии и маркетинговые коммуникации"**

№ п/п	ФИО студента	Тема работы на русском языке	Тема работы на английском языке	Руководитель работы	Соруководитель работы
1	Агаронян Анна Мурадовна	Разработка стратегии привлечения и развития партнерской сети бренда Allies of Skin в профессиональном сегменте косметики	Development of a Strategy for Attracting and Growing the Partner Network of the Allies of Skin Brand in the Professional Cosmetics Segment	Тихонов Вадим Викторович, доцент, департамент маркетинга	
2	Алейникова Дарья Сергеевна	Геймификация как инструмент развития бренда работодателя в финтех-компаниях	Gamification as a Tool for Developing an Employer Brand in Fintech Companies	Ветрова Татьяна Владимировна, доцент, департамент маркетинга	
3	Ананьева Яна Алексеевна	Разработка маркетинговой стратегии вывода на рынок нового продукта ухода за волосами для масс-премиум сегмента компании Lab Industries	Development of a Marketing Strategy for Launching a New Hair Care Product for the Mass-Premium Segment of Lab Industries	Манин Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга	
4	Анищенко Софья Игоревна	Особенности формирования и продвижения личных брендов среди предпринимателей	Features Creation and Promotion of Personal Brands Among Entrepreneurs	Ветрова Татьяна Владимировна, доцент, департамент маркетинга	
5	Армянинова Анастасия Сергеевна	Разработка геймифицированной модели повышения вовлечённости и удержания потребителей в рамках маркетинговой стратегии запуска нового цифрового B2C-продукта	Development of a Gamified Model to Increase Consumer Engagement and Retention as Part of a Marketing Strategy for Launching a New Digital B2C Product	Ветрова Татьяна Владимировна, доцент, департамент маркетинга	
6	Архипов Илья Вадимович	Разработка стратегии продаж на маркетплейсе OZON	Developing a Sales Strategy on the OZON Marketplace	Мусатова Жанна Борисовна, доцент, департамент маркетинга	
7	Баженова Мария Александровна	Управление качеством пользовательского контента (UGC) как фактор лояльности к бренду	Quality Management of User-Generated Content (UGC) as a Brand Loyalty Factor	Рожков Кирилл Львович, профессор, департамент маркетинга	
8	Бароева Кристина Алановна	Разработка комплексной коммуникационной стратегии бренда Archipelago	Development of a Comprehensive Communication Strategy for the Archipelago Brand	Пантелеева Елена Константиновна, доцент, департамент маркетинга	Лучина Марина Александровна, директор департамента регулярных и синдикативных исследований, ООО "Ипсос Комкон"
9	Бегич Ксения Сергеевна	Анализ влияния психографических адаптаций на целевые показатели рекламной кампании в границах установленной	Analysis of the Impact of Psychographic Adaptations on Advertising Campaign Target Metrics Within the Established Creative	Ветрова Татьяна Владимировна, доцент, департамент маркетинга	Павлов Артем Евгеньевич, генеральный директор, ООО "Павловлаб"
10	Белкина Софья Андреевна	Мерч как продукт маркетинговой стратегии: разработка адаптивной концепции для бренда	Merch as a Marketing Strategy Product: Developing an Adaptive Brand Concept	Манин Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга	Большакова Анна Игоревна, бренд-менеджер специпроектов, АО "Вкусвилл"
11	Бердников Артем Георгиевич	Формирование продуктовой стратегии девелоперской компании	Formulation of a Product Strategy for a Real Estate Development Company	Третьяк Ольга Анатольевна, профессор, департамент маркетинга	
12	Березкина Диана Алексеевна	Разработка маркетинговой стратегии для цифрового B2B-продукта в сфере финансовых технологий компании X	Marketing Strategy Development for a Digital B2B FinTech Product of Company X	Ветрова Татьяна Владимировна, доцент, департамент маркетинга	Гулакова Ольга Вячеславовна, старший преподаватель, департамент маркетинга
13	Бирюкова Мария Андреевна	Развитие категории готовой еды на платформе "Купер"	Development of the Ready-to-Eat Food Category on the "Kuper" Platform	Гулакова Ольга Вячеславовна, старший преподаватель, департамент маркетинга	

14	Брыкин Артур Сергеевич	Влияние пользовательских отзывов и рейтингов на потребительский путь при покупке бьюти-продуктов на маркетплейсах	Impact of User Reviews and Ratings on the Consumer's Path Buying Beauty Products on Marketplaces	Пантелеева Елена Константиновна, доцент, департамент маркетинга	Шубенок Денис Олегович, исполнительный директор, ООО "Ашманов и партнераы"
15	Вашкина Анастасия Дмитриевна	Разработка маркетинговой стратегии бренда Planta Rosa на основе принципов экономики впечатлений	Developing Marketing Strategy for the Planta Rosa Brand Based on the Principles of the Experience Economy	Ветрова Татьяна Владимировна, доцент, департамент маркетинга	
16	Верина Анастасия Анатольевна	Разработка коммуникационной стратегии авиакомпании «Победа»	Development of the Communication Strategy for the Pobeda Airlines	Шушкин Михаил Александрович, профессор, Департамент маркетинга и предпринимательства, НИУ ВШЭ - Нижний Новгород	
17	Витушкина Кристина Олеговна	Разработка коммуникационной стратегии продвижения гастрогида X на рынке Казахстана	Development of a Communication Strategy for Promoting Gastro Guide X in the Kazakh Market	Ветрова Татьяна Владимировна, доцент, департамент маркетинга	Белозерцева Ирина Мунеровна, генеральный директор, ООО "БиБрайт Коммюникейшнс"
18	Власова Ольга Сергеевна	Поведенческие детерминанты выбора российского и импортного вина среди потребителей	Behavioral Determinants of Consumers Choice between Russian and Imported Wine	Бутковская Вера Петровна, доцент, департамент маркетинга	
19	Волкова Светлана Валентиновна	Разработка маркетинговой стратегии компании «Новастом» на B2B-рынке медико-стоматологических услуг	Development of a Marketing Strategy for Novastom in the B2B Market of Medical and Dental Services	Тихонов Вадим Викторович, доцент, департамент маркетинга	
20	Волобуева Виктория Игоревна	Выявление потребительских барьеров при покупке готовой еды в продуктовом ритейле и разработка рекомендаций для торговых сетей по их снижению	Identifying Consumer Barriers to Purchasing Ready-to-eat Meals in Grocery Retail and Developing Recommendations for Retail Chains to Overcome Them	Пантелеева Елена Константиновна, доцент, департамент маркетинга	Ойнер Ольга Константиновна, д.э.н., доцент
21	Воронина Анна Владимировна	Разработка рекомендаций по выведению новой линии продуктов стайлинга для мужчин на примере компании LAB Industries	A Launch Strategy for a New Mens Hair Styling Product Line for LAB Industries	Мусатова Жанна Борисовна, доцент, департамент маркетинга	
22	Вторникова Кристина Андреевна	Маркетинговая стратегия развития и масштабирования бренда «Хотелка дня!»	Marketing Strategy for the Development and Scaling of the "Hotelka Dnya!" Brand	Ветрова Татьяна Владимировна, доцент, департамент маркетинга	Индинок Дарья Алексеевна, руководитель отдела маркетинга и e-компаний, ООО "Икс-Тайм"
23	Гёзалиян Геворг Араикович	Влияние influence-маркетинга на формирование цифрового доверия потребителей в подписочных сервисах на примере онлайн-кинотеатров	the Impact of Influencer Marketing on the Formation of Digital Consumer Trust in Subscription Services Using the Example of Online Video Streaming Platforms	Ребязина Вера Александровна, профессор, департамент маркетинга	
24	Глебова Валерия Александровна	Разработка рекомендаций по улучшению эффективности подписки как инструмента лояльности клиентов в компании Магнит	Developing Recommendations for Enhancing Subscription Effectiveness as a Customer Loyalty Tool at Magnit	Пантелеева Елена Константиновна, доцент, департамент маркетинга	Ойнер Ольга Константиновна, д.э.н., доцент
25	Глущенкова Алиса Александровна	Разработка новой информационной структуры сайта программ ДПО ВШБ НИУ ВШЭ на основе данных о пользовательском поведении	Development of a New Information Architecture for the Continuing Professional Education Programs Website of the HSE Graduate School of Business Based on User	Ветрова Татьяна Владимировна, доцент, департамент маркетинга	
26	Голикова Валерия Сергеевна	Разработка маркетинговой стратегии запуска нового бренда косметики X на рынке ОАЭ	Developing a Marketing Strategy for Launching a New Cosmetics Brand in the UAE Market	Дворяшина Марина Михайловна, доцент, департамент маркетинга	
27	Головко Валерия Александровна	Формирование национального бренда России через культурную идентичность в маркетинговых стратегиях	Formation of Russia's National Brand through Cultural Identity in Marketing Strategies	Ветрова Татьяна Владимировна, доцент, департамент маркетинга	Белозерцева Ирина Мунеровна, генеральный директор, ООО "БиБрайт Коммюникейшнс"
28	Грибовская Анна Николаевна	Создание брендинговой стратегии для российского виноделия на примере крестьянско-фермерского хозяйства	Creating a Branding Strategy for the Russian Wine Industry Using the Example of a Farm	Ветрова Татьяна Владимировна, доцент, департамент маркетинга	Лебедев Александр Валерьевич, старший преподаватель, департамент маркетинга
29	Гущко Иван Энниевич	Влияние силы личного бренда на профессиональную капитализацию специалистов креативной индустрии	The Impact of Personal Brand Strength on the Professional Capitalization of Creative Industry Professionals	Челнокова-Щекай Анна Витальевна, доцент, департамент маркетинга	
30	Григорьева Софья Дмитриевна	Разработка рекомендаций по повышению	Developing Recommendations for Improving	Пантелеева Елена Константиновна,	Ойнер Ольга Константиновна, д.э.н.,

№	Имя студента	Тема	Координатор	Координатор
31	Даванкова Екатерина Андреевна	удовлетворенности потребительским опытом Цифровые медиа в продвижении fashion брендов: сравнительный анализ китайских и западных практик	Customer Experience in Retail Digital Media in Promoting fashion Brands: a Comparative Analysis of Chinese and Western Practices	доцент, департамент маркетинга Челнокова-Щейка Анна Витальевна, доцент, департамент маркетинга
32	Данилова Елена Владимировна	Разработка программы цифровых маркетинговых коммуникаций туроператора для увеличения прямых продаж	Development of a Digital Marketing Communications Program for a Tour Operator to Increase Direct Sales	Мхитарян Сергей Владимирович, профессор, департамент маркетинга
33	Демидов Дмитрий Сергеевич	Анализ маркетинговой стратегии продвижения собственной торговой марки ритейлера в электронной коммерции	Analysis of the Retailer's Private Label Marketing Strategy in E-commerce	Веселов Сергей Вячеславович, профессор, департамент маркетинга
34	Денисенко Алина Андреевна	Разработка digital-стратегии продвижения гостиничного бренда X с учетом изменений поведения туристов в условиях	Development of a Digital Promotion Strategy for Hotel Brand X in the Context of Changing Tourist Behavior under Generative Search	Пантелеева Елена Константиновна, доцент, департамент маркетинга Шубенок Денис Олегович, исполнительный директор, ООО "Ашманов и партнеры"
35	Денисова Этель Константиновна	Стратегия развития категории напитков компании PepsiCo в радикальных условиях на российском рынке	PepsiCo's Beverage Category Development Strategy in the Radical Conditions of the Russian Market	Веселов Сергей Вячеславович, профессор, департамент маркетинга
36	Джапова Валерия Алдаровна	Применение искусственного интеллекта в маркетинговой стратегии компании "Детский мир" для оптимизации клиентского опыта	The Use of Artificial Intelligence in Detsky Mir Marketing Strategies to Optimize the Customer Experience	Ветрова Татьяна Владимировна, доцент, департамент маркетинга Белозерцева Ирина Мунеровна, генеральный директор, ООО "БиБрайт Коммюникейшнс"
37	Достовалова Татьяна Алексеевна	Разработка маркетинговой стратегии увеличения онлайн-продаж компании «Водолей» в условиях усиления конкуренции	Development of a Marketing Strategy to Increase Online Sales for the Company «Vodolay» in the Face of Increasing Competition	Торопин Василий Анатольевич, доцент, департамент маркетинга
38	Дурова Анна Константиновна	Разработка рекомендаций для повышения доли завершенных бронирований в тревел-сервисах	Designing Recommendations to Increase the Share of Completed Bookings in Travel Service	Мусатова Жанна Борисовна, доцент, департамент маркетинга
39	Дыбаль Иван Сергеевич	Совершенствование маркетинговой стратегии частной клиники на региональном рынке медицинских услуг Пермского края	Improving of the Marketing Strategy of a Private Clinic in the Regional Medical Services Market of the Perm Region	Манин Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга Большакова Анна Игоревна, бренд-менеджер спецпроектов, АО "Вкусвилл"
40	Жилкина Марина Сергеевна	Разработка и реализация маркетинговой стратегии центра акробатики и гимнастики «PLATFORMA»	Development and Implementation of the Marketing Strategy for the Acrobatics and Gymnastics Center «PLATFORMA»	Ветрова Татьяна Владимировна, доцент, департамент маркетинга Индюк Дарья Алексеевна, руководитель отдела маркетинга и e-компаний, ООО "Икс-Тайм"
41	Жило Анастасия Алексеевна	Сравнение эффективности применения универсальных приемов нейромаркетинга с инструментарием психографической персонализации контента в рамках рекламной кампании	Comparison of the Effectiveness of Using Universal Neuromarketing Techniques with Psychographic Content Personalization Tools Within an Advertising Campaign	Ветрова Татьяна Владимировна, доцент, департамент маркетинга
42	Задаура Варвара Игоревна	Разработка стратегии контент-коммуникации бренда Buyson с применением технологий искусственного интеллекта	Developing a Content Communications Strategy for the Buyson Brand Using AI-Technologies	Манин Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга Фоменков Денис Александрович, заместитель директора по образовательной деятельности и работе с партнерами, Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики" - Нижний Новгород
43	Замятина Юлия Александровна	Влияние запуска новых продуктов и цифровых интеграций на развитие банковской экосистемы в условиях санкционных ограничений	The Impact of New Product Launches and Digital Integration on the Transformation of the Banking Ecosystem in a Sanctions-constrained Environment	Невоструев Петр Юрьевич, доцент, департамент маркетинга

44	Захаров Артём Андреевич	Стратегия развития и продвижения бренда Grattol в интернет-пространстве	Strategy for the Development and Promotion of the Grattol Brand on the Internet	Ветрова Татьяна Владимировна, доцент, департамент маркетинга	Строганов Игорь Алексеевич, доцент, кафедра предпринимательства и логистики, РЭУ им. Г.В. Плеханова
45	Захарова Алена Валерьевна	Разработка системы продуктовых решений в сфере контент-услуг для маркетплейсов для привлечения и развития B2B-клиентов агентства X	Development of a System of Product Solutions in the Field of Content Services for Marketplaces Aimed at Attracting and Developing B2B Clients of X Agency	Манин Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга	
46	Зейда Мария Владимировна	Сегментация совершеннолетних потребителей сигарет и нагреваемого табака на рынке России	Segmentation of Adult Consumers of Cigarettes and Heated Tobacco Products in the Russian Market	Старков Андрей Геннадьевич, доцент, департамент маркетинга	
47	Зураева Лаура Аркадьевна	Разработка стратегии вывода нового продукта бренда X на российский табачный рынок в условиях жестких ограничений продвижения	Development of a New Product Strategy of Brand X on the Russian Tobacco Market under Strict Promotion Restrictions	Третьяк Ольга Анатольевна, профессор, департамент маркетинга	
48	Ибрыев Михаил Александрович	Разработка маркетинговой стратегии развития онлайн продаж категории готовой еды в сети «Перекресток»	Development of a Marketing Strategy for the Growth of Online Sales of the Ready-to-eat Food Category in the "Perekrestok" Retail	Манин Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга	Третьяк Дмитрий Владимирович, , директор по развитию бизнеса, ООО «Белгорсолод»
49	Иванова Арина Андреевна	Разработка стратегии управления клиентским опытом как конкурентного преимущества клиники эстетической медицины	Developing a Customer Experience Management Strategy as a Competitive Advantage for Aesthetic Medicine Clinics	Манин Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга	Гонтмахер Константин Евгеньевич, генеральный директор, ООО "Компания "Июль"
50	Иванова Мария Александровна	Влияние маркетинговых коммуникаций на поведение потребителей в сфере X	The Influence of Marketing Communications on Consumer Behavior in X Field	Шарко Елена Романовна, старший преподаватель, департамент маркетинга	
51	Иващенко Елизавета Олеговна	Разработка стратегии удержания и повышения лояльности клиентов в B2B-коммуникационном агентстве No Name Buro	Development of a Strategy for Customer Retention and Loyalty Enhancement in a B2B Communication Agency No Name Buro	Манин Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга	Гонтмахер Константин Евгеньевич, генеральный директор, ООО "Компания "Июль"
52	Ивченко Анна Алексеевна	Маркетинговые коммуникации в сегменте B2B на примере компании "Первый Бит"	Marketing Communications in the B2B Segment: the Example of the First Bit Company	Мхитарян Сергей Владимирович, профессор, департамент маркетинга	
53	Ильясов Илья Игоревич	Обратная сторона ИИ-оптимизации: почему потребители отвергают бренды, которые активно применяют ИИ в своей работе	The downside of AI optimization: Why consumers reject brands that actively use AI	Ветрова Татьяна Владимировна, доцент, департамент маркетинга	Лебедев Александр Валерьевич, старший преподаватель, департамент маркетинга
54	Какабалиева Ана	Индентификаторы бренда и их влияние на капитал бренда	Brand Identifiers and Their Impact on Brand Equity	Гулакова Ольга Вячеславовна, старший преподаватель, департамент маркетинга	
55	Камаева Диана Филисовна	Доверие к собственным торговым маркам маркетплейсов России: факторы формирования и влияние на поведенческие намерения (на примере категории "товары для дома")	Trust in Private Labels of Russian Marketplaces: Factors of Formation and Impact on Behavioral Intentions (Case Study of the "Home Goods" Category)	Пантелейева Елена Константиновна, доцент, департамент маркетинга	Ойнер Ольга Константиновна, д.э.н., доцент
56	Карпенко Дмитрий Леонидович	Критерии качества сети эффективных пунктов выдачи заказов крупных российских маркетплейсов	Quality Criteria for a Network of Efficient Order Pickup Points for Major Russian Marketplaces	Красников Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга	
57	Карпова Ангелина Сергеевна	Влияние использования искусственного интеллекта в цифровом маркетинге на восприятие бренда и эмоциональную лояльность	The Influence of the Use of Artificial Intelligence in Digital Marketing on Brand Perception and Emotional Loyalty	Красников Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга	

58	Кокуев Максим Олегович	Разработка системы раннего обнаружения микро-трендов в поведении потребителей компании PepsiCo на рынке молочных продуктов в электронной коммерции	Development of PepsiCo's Early Micro-Trend Detection System in the E-Commerce Dairy Market	Мхитарян Сергей Владимирович, профессор, департамент маркетинга	
59	Колотий Полина Юрьевна	Разработка омниканальной маркетинговой стратегии для сети «Аркада»: сочетание офлайн и онлайн каналов продаж	Development of an Omnichannel Marketing Strategy for the Arcade Network: a Combination of Offline and Online Sales Channels	Ветрова Татьяна Владимировна, доцент, департамент маркетинга	Мелитонян Ольга Аркадьевна, директор, НОУ ДО "Учебно-Консультативный Центр Премиум Тренинг"
60	Комилов Ойбек Улугбек угли	Факторы формирования доверия к маркетплейсам у пользователей в Москве	Determinants of Trust in Marketplaces among Users in Moscow	Тверской Максим Юрьевич, доцент, департамент маркетинга	
61	Константинова Арина Андреевна	Маркетинговый план по развитию развлекательного проекта "Чебурашка" как трансмедийного продукта	Marketing Plan for the Development of the Entertainment Project "Cheburashka" as a Transmedia Product	Манин Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга	
62	Костюхин Дмитрий Сергеевич	Стратегия повышения лояльности клиентов рекламного агентства X на основе аналитической оценки результативности рекламных кампаний	Strategy for Enhancing Customer Loyalty at Advertising Agency X Based on Analytical Performance Evaluation of Advertising Campaigns	Мхитарян Сергей Владимирович, профессор, департамент маркетинга	
63	Коченюк Анастасия Константиновна	Трансформация маркетинга: развитие инфлюенс-маркетинга в условиях новых социальных и технологических ориентиров	Marketing Transformation: the Development of Influencer Marketing Within the Context of New Social and Technological Trends	Третьяк Ольга Анатольевна, профессор, департамент маркетинга	
64	Кравцова Алёна Михайловна	Разработка модели коммерциализации высокотехнологичных продуктов на B2B рынке на примере антропоморфных роботов промышленной корпорации X	Development of a Commercialization Model of High-tech Products in the B2B Market on the Example of Anthropomorphic Robots of Industrial Corporation X	Манин Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга	Фоменков Денис Александрович, заместитель директора по образовательной деятельности и работе с партнерами, Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики" - Нижний Новгород
65	Кравцова Полина Валерьевна	Алгоритмы персонализации как фактор роста доверия и ценности бренда у пользователей	Personalization Algorithms as a Factor in Increasing Trust and Brand Value Among Users	Пантелеева Елена Константиновна, доцент, департамент маркетинга	
66	Круглова Светлана Алексеевна	Влияние адаптированных цветовых палитр, используемых в креативных материалах, на показатели эффективности воздействия в отношении целевых подсегментов аудитории рекламной кампании с различными психографическими профилями	Impact of Adapted Color Palettes Used in Creative Materials on the Effectiveness Metrics of Engagement Concerning Target Audience Subsegments of an Advertising Campaign with Different Psychographic Profiles	Ветрова Татьяна Владимировна, доцент, департамент маркетинга	Павлов Артём Евгеньевич, генеральный директор, ООО "Павловлаб"
67	Куганова Дарья Алексеевна	Разработка маркетинговой стратегии по выводу компании на перенасыщенный рынок электронной коммерции	Developing a Marketing Strategy to Introduce the Company to the Oversaturated E-commerce Market	Манин Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга	
68	Кузина Наталья Владимировна	Разработка go-to-market-стратегии вывода на рынок технологического стартапа	Development of a Go-to-market Strategy for Launching a Technology Startup	Ветрова Татьяна Владимировна, доцент, департамент маркетинга	
69	Лавренкина Юлия Андреевна	Разработка рекомендаций для повышения лояльности и удержания пользователей сервиса Т-Путешествия	Development of Recommendations to Improve User Loyalty and Retention for the T-Travel Service	Мусатова Жанна Борисовна, доцент, департамент маркетинга	
70	Лазина Анна Александровна	Выявление факторов, влияющих на выбор и использование инвестиционных продуктов банков розничными клиентами в условиях экономической неопределенности	Identification of Factors Influencing Retail Bank Clients Choice and Use of Investment Products under Economic Uncertainty	Красников Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга	
71	Липина Полина Александровна	Трансформация бизнес-моделей компаний в сферах розничной торговли и развлечений под влиянием цифрового маркетинга	Transformation of Companies' Business Models in the Retail and Entertainment Sectors under the Influence of Digital Marketing	Красников Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга	

72	Липинская Маргарита Сергеевна	Разработка и оценка результативности программы лояльности	Development and Evaluation of the Effectiveness of the Loyalty Program	Манин Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга	
73	Лопаткин Тимофей Михайлович	Трансформация маркетинговой стратегии онлайн-школы «БАЗИС»	Transformation of the Marketing Strategy for the Online School "BASIS"	Ветрова Татьяна Владимировна, доцент, департамент маркетинга	Индинок Дарья Алексеевна, руководитель отдела маркетинга и e-сом компании, ООО "Икс-Тайм"
74	Лукашевич Аделина Игоревна	Использование принципов маркетинга роскоши в сегменте персонального банковского обслуживания	The Application of Luxury Marketing Principles in the Private Banking	Ветрова Татьяна Владимировна, доцент, департамент маркетинга	Индинок Дарья Алексеевна, руководитель отдела маркетинга и e-сом компании, ООО "Икс-Тайм"
75	Майорова Анна Сергеевна	Разработка CXM-стратегии для повышения удовлетворенности и лояльности пользователей цифровых продуктов экосистемы	Development of a CXM Strategy to Enhance Customer Satisfaction and Loyalty for Ecosystem Digital Products	Манин Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга	
76	Максимова Надежда Владимировна	Разработка стратегии digital коммуникаций на рынке фитнес-услуг на примере сети фитнес-клубов DDX	Development of a Digital Communication Strategy in the Fitness Services Market: A Case Study of the DDX Fitness Club Chain	Пантелеева Елена Константиновна, доцент, департамент маркетинга	Лучина Марина Александровна, директор департамента регулярных и синдикативных исследований, ООО "Ипсос Комкон"
77	Мареновская Ирина Дмитриевна	Разработка рекомендаций по управлению лояльностью потребителей маркетплейса X	Development of Recommendations for Consumer Loyalty Management in the Marketplace X	Красников Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга	
78	Марченко Юлия Олеговна	Разработка продуктовых решений на основе JTBD-сегментации (или AJTBD-сегментации)	Developing Product Solutions Based on JTBD Segmentation (Or AJTBD Segmentation)	Невоструев Петр Юрьевич, доцент, департамент маркетинга	
79	Межуева Элина Андреевна	Разработка стратегии привлечения авторов контента на платформе Wibes (RWB)	«Strategy development for engaging content creators on the Wibes platform (RWB)	Ветрова Татьяна Владимировна, доцент, департамент маркетинга	
80	Мейрбаева Аяжан	Культурная идентичность и восприятие локальных fashion-брендов в Казахстане	Cultural Identity and Consumer Perception of Local Fashion Brands in Kazakhstan	Бутковская Вера Петровна, доцент, департамент маркетинга	
81	Мелкова Милена Сергеевна	Разработка маркетинговой стратегии категории сковород до 2028 года для компании Tefal	Development of a Marketing Strategy for the Frying Pan Category for Tefal through 2028	Старков Андрей Геннадьевич, доцент, департамент маркетинга	
82	Михайлова Серафима Сергеевна	Мотивы и последствия цифровой усталости в потребительском поведении российской молодежи	Drivers and Consequences of Digital Fatigue in Russian Youths Consumer Behavior	Бутковская Вера Петровна, доцент, департамент маркетинга	
83	Мосина Мария Павловна	Гастрономический брандинг города: как сделать бренд города на местной кухне	Gastronomic City Branding: How to Build a City Brand Around Local Cuisine	Рожков Кирилл Львович, профессор, департамент маркетинга	
84	Мягков Иван Владимирович	Разработка маркетинговой стратегии вывода нового ресторанных бренда на региональный рынок	Development of a Marketing Strategy for Launching a New Restaurant Brand in a Regional Market	Дворяншина Марина Михайловна, доцент, департамент маркетинга	
85	Назарова Елизавета Алексеевна	Барьеры и драйверы формирования ценности корпоративного обучения и спроса на него на российском рынке	Barriers and Drivers of Value Formation and Demand for Corporate Education in the Russian Market	Ребязина Вера Александровна, профессор, департамент маркетинга	
86	Невмянова Алия Наилевна	Разработка маркетинговой стратегии выхода бьюти-ретейлера "Золотое Яблоко" на рынок Республики Узбекистан	Development of a Marketing Strategy for the Market Entry of the Beauty Retailer "Golden Apple" into the Uzbekistan Market	Манин Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга	Гонтмахер Константин Евгеньевич, генеральный директор, ООО "Компания "Июль"

87	Нестеркина Алина Юрьевна	Разработка рекомендаций по совершенствованию стратегии цифрового маркетинга для сферы онлайн-бронирования в туризме	Designing Recommendations to Optimize Digital Marketing Strategy for the Online Travel Booking Market	Шарко Елена Романовна, старший преподаватель, департамент маркетинга	
88	Нестеров Сергей Сергеевич	Разработка рекомендаций по репозиционированию бренда банка ПСБ	Development of Recommendations for Repositioning the PSB Bank Brand	Старков Андрей Геннадьевич, доцент, департамент маркетинга	
89	Ниценков Андрей Анатольевич	Комплексный анализ коммуникационного продвижения финтех-сервисов WB Банка	A Strategic Analysis of Marketing and Communication Channels for WB Bank's Fintech Products	Ветрова Татьяна Владимировна, доцент, департамент маркетинга	Лебедев Александр Валерьевич, старший преподаватель, департамент маркетинга
90	Новикова Олеся Ильинична	Личный бренд инфлюенсера и его роль в развитии и продвижении собственных торговых марок	Personal Brand of an Influencer and Its Role in the Development and Promotion of Their Own Brands	Ветрова Татьяна Владимировна, доцент, департамент маркетинга	
91	Ножников Максим Игоревич	Особенности продвижения компаний на рынке азартных игр	Features of Companies' Promotion in the Gambling Market	Пантелеева Елена Константиновна, доцент, департамент маркетинга	Лучина Марина Александровна, директор департамента регулярных и синдикативных исследований, ООО "Ипсос Комкон"
92	Ожтихина Дарья Ивановна	Разработка стратегии продвижения корпоративного конкурса научных проектов "Сила света"	Developing a Promotion Strategy for the Corporate Scientific Project Competition "Sila Sveta"	Манин Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга	Фоменков Денис Александрович, заместитель директора по образовательной деятельности и работе с партнерами, Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики" - Нижний Новгород
93	Парамонова Анастасия Романовна	Разработка рекомендаций для повышения лояльности клиентов сегмента премиум онлайн fashion-ритейлера X	Development of Recommendations for Increasing Customer Loyalty in the Premium Segment of the Online Fashion Retailer X	Пантелеева Елена Константиновна, доцент, департамент маркетинга	
94	Петренко Полина Вадимовна	Факторы, влияющие на покупку премиальных СТМ у онлайн fashion - ритейлеров	Factors Influencing the Purchase of Online Fashion Retailers' Premium Private-label Products	Пантелеева Елена Константиновна, доцент, департамент маркетинга	
95	Петрова Дарья Евгеньевна	Механизм формирования воспринимаемой заботы бренда в цифровой среде для бренда Royal Canin	The Mechanism for Creating Perceived Brand Care in the Digital Environment for Royal Canin	Мусатова Жанна Борисовна, доцент, департамент маркетинга	
96	Пивоваров Андрей Валерьевич	Разработка маркетинговой стратегии для дистрибутора международного бренда быто-инструментов после ребрендинга (на примере TRUYU в РФ)	Development of a Marketing Strategy for a Distributor of an International Brand of Beauty Tools after Rebranding (Using the Example of TRUYU in the Russian Federation)	Манин Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга	Большакова Анна Игоревна, бренд-менеджер спецпроектов, АО "Вкусвилл"
97	Пивоваров Кирилл Владимирович	Совершенствование системы привлечения производственного персонала с использованием интеграции цифровых и традиционных инструментов маркетинга в холдинге "Сегежа"	Enhancing the Production Personnel Recruitment System by Integrating Digital and Traditional Marketing Tools in Segezha Holding	Дворяшина Марина Михайловна, доцент, департамент маркетинга	
98	Пластинина Дарья Евгеньевна	Разработка маркетинговой стратегии вывода бренда "Х" на рынок кормов для домашних животных	Development of a Marketing Strategy for the Launch of Brand "Х" in the Pet Food Market	Манин Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга	Гонтмакер Константин Евгеньевич, генеральный директор, ООО "Компания "Июль"
99	Плотникова Анастасия Евгеньевна	Стратегия вывода нового продукта на зрелом рынке (на примере бренда Шаума)	The strategy of launching a new product in a mature market (using the example of Schauma brand)	Тихонов Вадим Викторович, доцент, департамент маркетинга	

100	Позднякова Ульяна Владимировна	FOMO (Fear of Missing Out) в цифровом маркетинге: влияние ограниченных предложений	FOMO (Fear of Missing Out) in Digital Marketing: The Impact of Limited-Time Offers on Impulsive Purchases	Тверской Максим Юрьевич, доцент, департамент маркетинга	
101	Поклонская Ясмин Набилевна	Разработка стратегии выхода дерматокосметического бренда на рынок Индии: анализ потребительских ценностей и конкурентной среды	Developing a Strategy for a Dermatological Cosmetics Brand to Enter the Indian Market: Analysis of Consumer Values and the Competitive Environment	Красников Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга	
102	Полевой Максим Константинович	Разработка маркетинговой стратегии вывода на рынок нового продукта в сфере бьюти (на примере компании L'Oreal)	Development of a Marketing Strategy for the Market Launch of a New Product in the Beauty Industry (A Case Study of L'Oreal)	Старков Андрей Геннадьевич, доцент, департамент маркетинга	
103	Потапова Мария Олеговна	Разработка стратегии продвижения премиальной косметики на маркетплейсе Ozon	Developing a Strategy for Promoting Premium Cosmetics on the Ozon Marketplace	Манин Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга	Фоменков Денис Александрович, заместитель директора по образовательной деятельности и работе с партнерами, Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики" - Нижний Новгород
104	Пузырный Алексей Витальевич	Влияние использования генеративного искусственного интеллекта на результативность перформанс рекламы в разрезе первичных рекламных метрик	The Impact of Using GenAI on the Performance Advertising Results in Terms of Primary Advertising Metrics	Красников Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга	
105	Пушкаренко Екатерина Владимировна	Разработка ценностного предложения по click out рекламе для компании Easy Commerce	Developing a Click-out Advertising Value Proposition for Easy Commerce	Веселов Сергей Вячеславович, профессор, департамент маркетинга	
106	Ратушная Александра Романовна	Факторы удовлетворенности клиентов ИИ-сервисами в банковском секторе	Factors of Customer Satisfaction with AI Services in the Banking Sector	Манин Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга	
107	Ретинская Екатерина Николаевна	Анализ влияния экологических коммуникаций брендов на поведение потребителей в цифровом пространстве	Analysis of the Impact of Environmental Brand Communications on Consumer Behavior in the Digital Sphere	Ветрова Татьяна Владимировна, доцент, департамент маркетинга	Лебедев Александр Валерьевич, старший преподаватель, департамент маркетинга
108	Родионова Екатерина Владимировна	Применение искусственного интеллекта в персонализации маркетинговых коммуникаций на примере фудтех компании X	Application of Artificial Intelligence in Personalizing Marketing Communications: the Example of Foodtech Company X	Торопин Василий Анатольевич, доцент, департамент маркетинга	
109	Рустамкызы Ирада	Исследование влияния рекомендаций сформированных искусственным интеллектом на потребительское поведение клиентов в цифровой среде	Research on the Impact of Recommendations Generated by Artificial Intelligence on Consumer Behavior in the Digital Environment	Гулакова Ольга Вячеславовна, старший преподаватель, департамент маркетинга	
110	Рыженкова Анастасия Сергеевна	Продвижение нового бренда в условиях динамично меняющегося рынка	Promotion of a New Brand in a Dynamically Changing Market	Ветрова Татьяна Владимировна, доцент, департамент маркетинга	
111	Савченко Дарья Александровна	Факторы формирования лояльности к бренду онлайн-кинотеатра на российском рынке	Factors of Brand Loyalty Formation in the Online Cinema Market in Russia	Пантелеева Елена Константиновна, доцент, департамент маркетинга	
112	Садовская Марина Александровна	Разработка маркетинговой стратегии вывода на рынок нового продукта в event-индустрии (на примере компании Placebo/25)	Development of a Marketing Strategy for Launching a New Product in the Event Industry (The Case of Placebo/25)	Манин Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга	
113	Санкина Алина Александровна	Моральные ценности в потребительских предпочтениях: влияние этических принципов на принятие решений о покупке в контексте современного маркетинга и брендинга	Moral Values in Consumer Preferences: the Influence of Ethical Principles on Purchasing Decisions in the Context of Modern Marketing and Branding	Пантелеева Елена Константиновна, доцент, департамент маркетинга	Лучина Марина Александровна, директор департамента регулярных и синдикативных исследований, ООО "Ипсос Комкон"

114	Седова Мария	Разработка цифровой стратегии архитектурного бюро «Х» для привлечения новых клиентов	Developing a Digital Strategy for Architecture Bureau X to Attract New Clients	Пантелеева Елена Константиновна, доцент, департамент маркетинга	Лучина Марина Александровна, директор департамента регулярных и синдикативных исследований, ООО "Ипсos Комкон"
115	Симонян Давид Артшесович	Формирование стратегии продвижения корпоративных образовательных продуктов на B2B-рынке: кейс компании «Нетология»	Development of a B2B Marketing Strategy for Promoting Corporate Educational Products: a Case of «Netology»	Тихонов Вадим Викторович, доцент, департамент маркетинга	
116	Сичкарь Злата Сергеевна	Разработка рекомендаций к маркетинговой стратегии по повышению вовлеченности для продукта корпоративного развития в компании Т-Банк	Developing Recommendations for a Marketing Strategy to Increase Engagement for a Corporate Development Product at T-Bank	Невоструев Петр Юрьевич, доцент, департамент маркетинга	
117	Скурская Наталья Олеговна	Разработка рекомендаций по влиянию геймификации в приложении банка Х на вовлеченность пользователей	Development of Recommendations on the Impact of Gamification in the X Bank's App on User Engagement	Торопин Василий Анатольевич, доцент, департамент маркетинга	
118	Солтанова Карина Надировна	Маркетинговая стратегия бизнеса в сфере отдыха и туризма "Лагерь для взрослых"	Marketing Strategy of Business in Recreation and Tourism: "Adult Camp"	Рожков Кирилл Львович, профессор, департамент маркетинга	
119	Сосновский Роман Николаевич	Разработка коммуникационной стратегии православного молодежного сообщества «Якиманка»	Development of a Communication Strategy for the Orthodox Youth Community «Yakimanka»	Ветрова Татьяна Владимировна, доцент, департамент маркетинга	Белозерцева Ирина Мунеровна, генеральный директор, ООО "БиБрайт Коммюникешнс"
120	Сотников Егор Сергеевич	Разработка маркетинговой стратегии вывода на рынок услуги по оформлению виз для компании SkyZit	Development of a Marketing Strategy for the Market Launch of a Visa Application Service for SkyZit	Ветрова Татьяна Владимировна, доцент, департамент маркетинга	Индинок Дарья Алексеевна, руководитель отдела маркетинга и e-сом компаний, ООО "Икс-Тайм"
121	Спевак Елизавета Михайловна	Разработка коммуникационной стратегии в рамках построения бренда работодателя на примере компании Adspector	Development of a Communication Strategy as Part of Building an Employer Brand Using the Example of Adspector	Пантелеева Елена Константиновна, доцент, департамент маркетинга	Лучина Марина Александровна, директор департамента регулярных и синдикативных исследований, ООО "Ипсos Комкон"
122	Сундеева Маргарита Андреевна	Разработка и эмпирическая валидация ИИ-персон целевых сегментов потребителей на основе психографических и демографических данных	Development and Empirical Validation of AI Personas for Target Consumer Segments Based on Psychographic and Demographic Data	Торопин Василий Анатольевич, доцент, департамент маркетинга	
123	Телешова Ольга Игоревна	Реализация маркетинговой стратегии компании на основе измерений	Implementing a Company's Marketing Strategy Based on Measurement	Дворяшина Марина Михайловна, доцент, департамент маркетинга	
124	Токарева Зоя Дмитриевна	Разработка рекомендаций по коммуникационной стратегии новой линейки ароматов на рынке Казахстана для парфюмерного бренда компании ООО «ПУЧ РУС»	Developing Recommendations for the Communication Strategy of a New Line of Fragrances on the Kazakhstan Market for the Perfume Brand of LLC «PUIG RUS»	Мусатова Жанна Борисовна, доцент, департамент маркетинга	
125	Токсёз Али Беркант	Анализ особенностей разработки и проведения рекламной кампании авиаперевозчика на примере авиакомпании "Турецкие авиалинии"	Analysis of the Specifics of the Development and Executing of an Air Carrier's Advertising Campaign Using the Example of Turkish Airlines	Веселов Сергей Вячеславович, профессор, департамент маркетинга	

126	Толокнова Александра Андреевна	Разработка диджитал стратегии компании X для повышения узнаваемости среди поколения зумеров	Developing a Digital Strategy for Company X to Increase Awareness Among the Generation Z	Торопин Василий Анатольевич, доцент, департамент маркетинга	
127	Томилова Елизавета Олеговна	Разработка маркетинговой стратегии по выходу нового продукта X компании "Лаборатория Касперского" на рынок кибербезопасности РФ	Development of a Marketing Strategy for the Launch of a New Product X by Kaspersky Lab on the Russian Cybersecurity Market	Шарко Елена Романовна, старший преподаватель, департамент маркетинга	
128	Тренклер Никита Алексеевич	Платформенный бизнес: управление взаимодействиями с потребителями и поставщиками	Platform Business: New Relationships with Customers and Suppliers	Третьяк Ольга Анатольевна, профессор, департамент маркетинга	
129	Троянова Евгения Игоревна	Разработка digital-стратегии продвижения приложения Clatch	Developing a digital strategy for promoting the Clatch app	Пантелейева Елена Константиновна, доцент, департамент маркетинга	Лучина Марина Александровна, директор департамента регулярных и синдикативных исследований, ООО "Ипсос Комкон"
130	Туманян Лилия Арменовна	Разработка маркетинговой стратегии вывода нового продукта – мороженого «Чистая Линия» на страну X	Development of a Marketing Strategy for Launching a New Product - Chistaya Liniya Ice Cream – in Country X	Ветрова Татьяна Владимировна, доцент, департамент маркетинга	Белозерцева Ирина Мунеровна, генеральный директор, ООО "БиБрайт Коммюникешнс"
131	Туркин Артём Олегович	Разработка подхода к построению бренда музыкального артиста для формирования лояльности аудитории поколения Z	Developing an Approach to Building a Musical Artist Brand to Build Generation Z Audience Loyalty	Рожков Кирилл Львович, профессор, департамент маркетинга	
132	Федцова Ольга Владиславовна	Разработка рекомендаций по совершенствованию маркетинговой стратегии Mars Wrigley в категории шоколадных батончиков в канале электронной коммерции	Development of Recommendations for Improving Mars Wrigleys Marketing Strategy in the E-Commerce Channel Within the Chocolate Bars Category	Тихонов Вадим Викторович, доцент, департамент маркетинга	
133	Филатова Анна Михайловна	Оптимизация механики программы для персонала торговых точек с целью удержания компанией X конкурентных позиций на рынке	Optimisation of a Company X's Trade Program Mechanic for Points of Sales' Employees in Order to Maintain Competitive Position in the Market	Шарко Елена Романовна, старший преподаватель, департамент маркетинга	
134	Филиппов Артем Александрович	Стратегии расширения бренда для роста бизнеса на примере компании X	Brand Expansion Strategies for Business Growth: the Case of Company X	Пантелейева Елена Константиновна, доцент, департамент маркетинга	Шушкин Михаил Александрович, Профессор, департамент маркетинга и предпринимательства, НИУ ВШЭ - Нижний Новгород
135	Хабарова Влада	Разработка стратегии цифрового маркетинга корпоративного приложения по найму линейного персонала на примере компании X	Development of a Digital Marketing Strategy for a Corporate Recruitment Application for Frontline Personnel at Company X	Манин Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга	Гонтмахер Константин Евгеньевич, генеральный директор, ООО "Компания "Июль"
136	Хабибулина София Равилевна	Трансформация клиентского опыта в условиях интеграции маркетплейсов в премиум-сегменте	Transformation of customer experience in the context of marketplaces integration in the premium segment	Бутковская Вера Петровна, доцент, департамент маркетинга	
137	Харламова Зинаида Сергеевна	Влияние нематериальных факторов на выбор цифровых туристических платформ: сравнительное исследование потребительского поведения в России и Омане.	The Influence of Intangible Factors on Consumers Choice of Digital Tourism Platforms: a Comparative Study between Russia and Oman	Бутковская Вера Петровна, доцент, департамент маркетинга	
138	Хорошевская Алена Александровна	Влияние опыта взаимодействия с брендом на лояльность потребителей нишевого интернет-ритейла корейской косметики	The impact of brand experience on customer loyalty in the niche market for Korean cosmetics online retailer	Пантелейева Елена Константиновна, доцент, департамент маркетинга	

139	Храмагина Екатерина Александровна	Разработка AI-решений для повышение эффективности маркетинга авиакомпаний	Developing AI-Solutions to Improve Airline Marketing Efficiency	Пантелеева Елена Константиновна, доцент, департамент маркетинга	Шушкин Михаил Александрович, профессор, департамент маркетинга и предпринимательства, НИУ ВШЭ - Нижний Новгород
140	Чынгыз кызы Аделя	Развитие собственной торговой марки как инструмента маркетинговой дифференциации и повышения лояльности клиентов Ozon home в электронной коммерции	Developing a Private Label as a Tool for Marketing Differentiation and Increasing Customer Loyalty in E-Commerce at Ozon Home	Пантелеева Елена Константиновна, доцент, департамент маркетинга	Шубенок Денис Олегович, исполнительный директор, ООО "Ашманов и партнеры"
141	Шамба Леон Дмитриевич	Трансформация бизнес-моделей компаний ритейла в условиях цифровой экономики и изменения структуры торговой отрасли России	Transformation of Retail Companies' Business Models in the Context of the Digital Economy and Changes in the Structure of Russia's Trade Industry	Ветрова Татьяна Владимировна, доцент, департамент маркетинга	Индинок Дарья Алексеевна, руководитель отдела маркетинга и e-сом компаний, ООО "Икс-Тайм"
142	Шапран Дмитрий Вячеславович	Разработка эконометрических моделей и их применение для принятия маркетинговых решений	Development of Econometric Models and Their Application for Making Marketing Decisions	Тверской Максим Юрьевич, доцент, департамент маркетинга	
143	Шатин Валерий Сергеевич	Разработка CRM-стратегии для управления жизненным циклом высокодоходного клиента в премиальном банковском сервисе Alfa Only	Developing a CRM Strategy for Managing the Lifecycle of a High-yield Client in the Alfa Only Premium Banking Service	Манин Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга	
144	Шелестюк Дарья	Разработка маркетинговой стратегии запуска онлайн-магазина цветов бренда FLORÈA	Development of a Marketing Strategy for Launching the FLOREA Online Flower Store	Манин Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга	Гонтмахер Константин Евгеньевич, генеральный директор, ООО "Компания "Июль"
145	Шестоперова Анна Кирилловна	Разработка контентной стратегии для продвижения собственной торговой марки на маркетплейсе	Developing a Content Strategy to Promote Your Brand on the Marketplace	Манин Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга	Гонтмахер Константин Евгеньевич, генеральный директор, ООО "Компания "Июль"
146	Шманенко Иван Иванович	Особенности применения генеративного искусственного интеллекта в маркетинге	Features of Using Generative Artificial Intelligence in Marketing	Красников Александр Владимирович, доцент, департамент маркетинга	
147	Щекина Анастасия Валерьевна	Разработка рекомендаций по развитию маркетинговой стратегии B2B – направления цифровой платформы "Купер"	Development of Recommendations for enhancement of the B2B Marketing Strategy of the Digital Platform "Cooper"	Невоструев Петр Юрьевич, доцент, департамент маркетинга	
148	Яценко Анна	Разработка продуктовой стратегии SaaS-платформы для маркетинга на основе Data-driven подхода	Development of a Product Strategy for a SaaS Platform for Marketing Based on a Data-driven Approach	Мхитарян Сергей Владимирович, профессор, департамент маркетинга	