

## Curriculum vitae

Яненко Марина Борисовна  
Дата рождения: 28 августа 1957 года  
Контактные данные:  
Санкт-Петербург,  
Российская Федерация  
Тел.: (812) 764 81 22  
e-mail: yanenکو\_57@mail.ru



### **Основное место работы:**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого  
2012 – по настоящее время, профессор кафедры маркетинга и логистики  
Профессор кафедры производственного менеджмента и трансфера технологий (0,25 ст.)  
НИУ ИТМО (по совместительству)

### **Сертификаты и дипломы:**

2011- аттестат профессора по кафедре маркетинга  
2011– диплом лауреата конкурса «Лучшая книга по инновационной тематике»  
Министерства Образования и науки РФ (научно-методический центр по инновационной  
деятельности высшей школы) за книгу «Инновационные маркетинговые стратегии в  
условиях формирования информационного общества»  
2007 - диплом доктора экономических наук  
2004- сертификат эксперта Регистра Системы сертификации персонала Госстандарта  
России  
2002 – аттестат доцента по кафедре маркетинга  
1991- аттестат доцента по кафедре товароведения непродовольственных товаров  
1982 – диплом кандидата технических наук  
1978 – диплом с отличием о высшем образовании Ленинградского института советской  
торговли им. Ф.Энгельса.

**Иностранные языки:** французский – базовый уровень.

### **Профессиональный опыт:**

2012 — по настоящее время, профессор кафедры маркетинга и логистики Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого (до 2015 – ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный торгово-экономический университет» )  
2009 -2012 – декан факультета магистерской подготовки ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный торгово-экономический университет»  
2006-2009 – проректор по научной работе ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный торгово-экономический университет»  
2004-2006 – декан факультета профессиональной переподготовки ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный торгово-экономический университет»  
Опыт в области подготовки и повышения квалификации руководителей и специалистов в области управления и маркетинга  
1999-2004 –доцент кафедры маркетинга

1982 -1999- ассистент, доцент кафедры товароведения непродовольственных товаров

Опыт консалтинговых услуг по маркетинговой деятельности для коммерческих и государственных организаций с 1996 года.

Руководитель (соруководитель) множества консалтинговых проектов. Опыт проведения семинаров для руководителей организаций различных уровней управления с 1999 года.

Участвовала в программах повышения квалификации персонала ряда крупных компаний.

**Области компетенции и профессиональных интересов:**

- Разработка и реализация маркетинговых проектов;
- Формирование инновационных маркетинговых стратегий;
- Формирование конкурентных стратегий
- Маркетинговое управление фирмой
- Бренд-менеджмент

Руководитель магистерской программы «Маркетинговые технологии в управлении».

Разработчик ряда образовательных программ и учебных курсов, включая:

1. Маркетинговое управление фирмой
2. Стратегический маркетинг
3. Инновационные маркетинговые стратегии
4. Стоимостной подход в управлении брендами
5. Товарный менеджмент
6. Бренд-менеджмент
7. Товарный консалтинг
8. Интернет-маркетинг

**Публикации:**

Опубликовано 10 монографий, 10 учебных пособий и более 60 статей в российских и зарубежных изданиях по тематике управления маркетинговой и инновационной деятельностью.

Индекс Хирша в РИНЦ – 3, общее число цитирований в РИНЦ - 46.

Профиль автора в РИНЦ SPIN-код: 7886-8847

[http://elibrary.ru/author\\_info.asp?isold=1](http://elibrary.ru/author_info.asp?isold=1)

**Основные публикации за последние 5 лет**

**Монографии**

1. Яненко М.Б., Яненко М.Е. Маркетинг информационного общества: инновационные стратегии и технологии. LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH&Co, 2012. Монография.- 7 п.л./ 3,5 п.л.

2. Панкова Н.В., Яненко М.Б. и др. Анализ, прогнозирование и регулирование социальной устойчивости регионов Коллективная монография/ СПб.: ФГБОУ ВПО «СПбГТЭУ»; под общей редакцией Н.В. Панковой. - СПб.: Лема., 2012.– 530 с.
3. Модернизация экономики и социальной сферы: инновационно-маркетинговые подходы. Коллективная монография. Санкт-Петербург, «Астерион», 2014, 87/3 п.л. ISBN 978-5-00045-157
4. Тенденции и закономерности формирования инновационной экономики в условиях глобализации. Коллективная монография. СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2012. – 182 с. Тираж 100 экз. 11 п.л./1,2 п.л
5. Маркетинг взаимодействия и экономика предпринимательства. Раздел Стоимостной подход в управлении брендами: Коллективная монография под ред Г.Л. Багиева. СПб, СПбГЭУ, 2015, 314 с.
6. Методология формирования маркетинговых стратегий в условиях внедрения информационных и цифровых технологий: Монография под редакцией Г.Л. Багиева . СПб, СПбГЭУ, 2015, 226с 14,25/7 п.л.

#### **Учебники и учебные пособия:**

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности Учебное пособие. СПб, СПбТЭУ, 2011, 5 п.л.
2. Товарный менеджмент. Учебное пособие. СПб, СПбТЭУ, 2014, 5 п.л.
3. Маркетинговое управление фирмой. Учебное пособие. СПб, СПбТЭУ, 2013. 7 п.л.

#### **Статьи:**

1. Формирование стратегий модернизации сферы услуг на основе анализа экономических явлений. Всероссийская научно-практическая конференция «Экономика и управление в XXI веке: современные проблемы и тенденции развития» , 2012. 0,5 п.л.
2. Формирование и развитие комплекса услуг в ритейле. Статья. Вестник новгородского государственного университета. Серия «Экономические науки» №69.2012 (ВАК) 0,7 п.л.
3. Формирование стратегий модернизации предприятий сферы услуг на основе анализа экономических явлений. Экономика и управление в XXI веке: современные проблемы и тенденции развития. Великий Новгород, Организатор Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого. . Великий Новгород, 2013. Тезисы доклада
4. Особенности инновационного развития торговли в условиях формирования информационной экономики. Вестник Новгородского государственного университета. Статья. Сер.: Экономические науки, 2013. № 3 .(ВАК) 0,8
5. Особенности применения маркетинга взаимодействия в условиях формирования и реализации технологических платформ. Актуальные проблемы развития и управления инновационной деятельностью промышленных предприятий. Материалы международной научно-практической конференции., Санкт- Петербург, 2013. 6 с.
6. Инновационные маркетинговые стратегии развития бизнеса в информационном обществе. Статья. Записки Горного института. Сер.: Экономика, 2013. № 4. (ВАК). 0,7
7. Мобильные технологии в маркетинге услуг: новые возможности и проблемы. Статья. Проблемы современной экономики, № 2 2014 год, ISSN 1818-3409.(ВАК), 0,8 п.л.
8. Развитие маркетинговых компетенций в сфере услуг, основанных на знаниях. Международный научный симпозиум «Маркетинговые компетенции и эффективность бизнеса». 13-15 мая 2014 г. Санкт-Петербург
9. Маркетинг взаимодействия в информационной экономике: проблемы и перспективы развития интернета вещей. Вестник Новгородского государственного университета Статья.. Сер.: Экономические науки.- № 82. – 2014. (ВАК)

10. Особенности брендинга в розничной торговле. Статья. В мире научных открытий. №5(65) 2015-1 п.л. (ВАК)
11. Инновационные инструменты маркетинга: новые возможности повышения конкурентоспособности. Статья. Журнал «Проблемы экономики и управления в торговле и промышленности». №1 (009) 2015. 0,8 п.л. (РИНЦ)
12. Маркетинговые инновации в экономике знаний: современное состояние, проблемы и перспективы развития. Статья. Журнал «Технико-технологические проблемы сервиса» №2, 2015. 1 п.л. (ВАК)