

Сведения об официальном оппоненте Данченко Ларисе Александровне по диссертации Хохлова Даниила Александровича на тему: «Формирование алгоритмической модели и разработка инструментов медиапланирования в перформанс-маркетинге», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по научной специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

Фамилия, имя, отчество официального оппонента	Данченко Лариса Александровна
Ученая степень официального оппонента	доктор экономических наук
Шифр и наименование научной специальности, по которой официальным оппонентом защищена диссертация	08.00.12 – Бухгалтерский учет, статистика
Ученое звание официального оппонента	Профессор
Полное наименование организации, являющейся основным местом работы официального оппонента на момент представления им отзыва в диссертационный совет	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Наименование структурного подразделения, должность	Кафедра маркетинга, профессор
Список основных публикаций официального оппонента в соответствующей сфере исследования в рецензируемых научных изданиях за последние 5 лет (не более 15 публикаций)	<p>1. Данченко, Л. А. Развитие подходов к маркетинговым исследованиям и продвижению бизнес-образования в условиях цифровизации образовательной и бизнес-среды / Л. А. Данченко, Е. Ю. Кулакова // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2025. – Т. 30, № 1. – С. 49-68. – DOI 10.18334/marketing.30.1.123695. – EDN HLJKIV.</p> <p>2. Данченко, Л. А. Подходы к моделированию процессов маркетингового продвижения бизнес-образования в цифровой среде / Л. А. Данченко, Е. Ю. Кулакова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2024. – № 6. – С. 69-77. – EDN JQGNXD.</p>

3. Данченко, Л. А. Исследование потребительского восприятия инструментов продвижения бизнес-образования в условиях цифровизации общества / Л. А. Данченко, С. В. Мхитарян, Е. Ю. Кулакова // Практический маркетинг. – 2023. – № 8(314). – С. 3-11. – DOI 10.24412/2071-3762-2023-8314-3-11. – EDN RWIERJ.
4. Данченко, Л. А. Выбор потребителя в бизнес-образовании: информационные каналы и характеристики образовательного продукта (по результатам исследования) / Л. А. Данченко, Е. Ю. Кулакова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2024. – № 1. – С. 39-48. – EDN VFQWBQ.
5. Данченко, Л. А. Маркетинговые подходы к продвижению бизнес-образования на основе применения лестницы бена ханта и сjm / Л. А. Данченко, Е. Ю. Кулакова // Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право. – 2022. – Т. 32, № 1. – С. 17-26. – DOI 10.35634/2412-9593-2022-32-1-17-26. – EDN UOQJOD.
6. Данченко, Л. А. Оценка результативности продвижения бизнес-образования вуза в цифровой среде / Л. А. Данченко, Е. Ю. Кулакова // Тренды управления экономическими системами. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью "Русайнс", 2024. – С. 184-195. – EDN ВАНАМЛ.
7. Данченко, Л. А. Цифровые предпринимательские компетенции субъектов малого и среднего предпринимательства как фактор развития экономики России / А. С. Зайцева, Л. А. Данченко // Экономика, предпринимательство и право. – 2025. – Т. 15, № 2. – С. 975-988. – DOI 10.18334/ep.15.2.122651. – EDN CLTVYK.