

СПИСОК

опубликованных и приравненных к ним научных и учебно-методических работ

Муравского Даниила Владимировича

за период с 2012 по 2016

| № п/п | Наименование работы, ее вид | Форма работы | Выходные данные | Объем в п.л. | Соавторы |
|--------------------------|--|--------------|--|------------------------|---|
| I. Научные работы | | | | | |
| 1 | Роль совместного брендинга в создании ценности многосторонних платформ | печат | Сборник докладов Пятой ежегодной научной конференции «Современный менеджмент: проблемы, гипотезы, исследования». – 2012. | 0,4 п.л. (авт. – 0,1). | Яблонский С.А., Смирнова М.М., Нефедов К.С. |
| 2 | Исследование представления брендов в рамках архитектуры "дом брендов" на примере компании Marvel | печат | Сборник докладов Пятой ежегодной научной конференции «Современный менеджмент: проблемы, гипотезы, исследования». – 2012. | 0,4 п.л. (авт. – 0,2). | Ландграф П.А. |
| 3 | Оценка восприятия брендов потребителем, производителем и инвестором: развитие трехаспектного представления о капитале бренда | печат | Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Серия Менеджмент. – 2013. – Вып. 3. – С.23-49. | 1,5 п.л. (авт. – 0,5). | Смирнова М.М., Алканова О.Н. |
| 4 | Управление брендами в многосторонних платформах: роль совместного брендинга | печат | Маркетинг и маркетинговые исследования – 2013. – Вып. 5. – С.356-363. | 0,6 п.л. (авт. – 0,2). | Яблонский С.А., Смирнова М.М. |
| 5 | Exploring the Brand Ecosystem: May all Who Enter as Guests Leave as brand Allies! | печат | Proceedings of the 42nd Annual Conference of European Marketing Academy. – 2013. | 0,4 п.л. (авт. – 0,1). | Samuylova E., Alkanova O., Smirnova M. |
| 6 | What was brand equity anyway and how did they measured it? | печат | Conference Proceedings of the World Marketing Congress. – 2013. | 0,4 п.л. (авт. – 0,1). | Alkanova O., Smirnova M. |
| 7 | Brand Equity as a Goal and as a Source of Control: What to Measure and When to Measure | печат | Conference Proceedings of Academy of Marketing Conference. – 2013. | 0,4 п.л. (авт. – 0,2). | Alkanova O., Smirnova M. |

| | | | | | |
|---------------------------------------|--|-------|---|-----------------------------|----------------|
| 8 | Keeping Multiple Brand Allies: The Consumer Perspective | печат | Conference Proceedings of Academy of Marketing Conference. – 2013. | 0,4 п.л. (авт. – 0,2). | Smirnova M. |
| 9 | You are judged by the allies you keep: The role of borrowed brand equity | печат | Conference Proceedings of Academy of Marketing Conference 2013 Doctoral Colloquium. – 2013. | 0,4 п.л. | |
| 10 | An explorative study of the role of “ally” and “rival” brand communities in forming consumer perceptions of brands | печат | Conference Proceedings of the 4th European marketing association regional conference: "Marketing Theory Challenges in Emerging Societies", St.-Petersburg University Graduate School of Management, St.-Petersburg, Russia, September 25-27, 2013, сс. 225-231. — ISBN 978-5-9924-0081-6. | 0,5 п.л. (авт. — 0,25 п.л.) | Landgraf P. |
| 11 | Восприятие потребителями брендовых альянсов | печат | Вестник Университета (Государственный университет управления) – 2014. – Вып. 3. | 0,4 п.л. | |
| 12 | Принципы многосторонней платформы | печат | Инновации, вып. 3 - 2015 | 0,5 п.л. (авт. — 0,25 п.л.) | Яблонский С.А. |
| 13 | Disruptive innovation potential of multi-sided platforms: case of digital books | печат | Conference proceedings of the XXVI ISPIM Innovation Conference, Budapest (Hungary), June, 14-17, 2015. Editors: Huizingh Eelko, Torkeli Marko, Conn Steffen, and Bitran Iain. LUT Scientific and Expertise Publications 40. Tutkimusraportit P Research Reports, ISSN-L 2243-3376, ISSN 2243-3376. ISBN 978-952-265-779-4 | 0,1 (авт..- 0,5) | Yablonsky S. |
| 14 | E-publishing as a multi-sided platform: Evaluating disruptive innovation potential | печат | Journal of Innovation Management (апрель-май) | 0,1 (авт..- 0,5) | Yablonsky S. |
| II. Учебно-методические работы | | | | | |