



Федько Валерий Павлович

Профессор Кафедры Маркетинга и рекламы

Ученая степень: доктор экономических наук

(Доктор экономических наук, 08.00.05. ДК №006779 от

16.02.2001г. Протокол 8д/23)

Ученое звание: профессор

(по кафедре логистики и маркетинга, 20 февраля 2002 г. №84-п. ПР №006199)

Кабинет: 333

т. 237-02-55, (внутренний 8-28)

E-mail: vf42r@mail.ru

Диссертации

В 1971 году в МИНХ им. Г.В. Плеханова после завершения очной аспирантуры защитил диссертацию на соискание степени кандидата экономических наук по теме «Совершенствование расчетно-технической базы нормирования расхода запасных частей судовых дизелей (на примере министерства речного флота РФ)» по научной специальности: Экономика и планирование материально-технического снабжения 080005.

В 2000 г. защитил диссертацию на соискание степени доктора экономических наук по теме «Инфраструктурное обеспечение функциональной устойчивости промышленности: (теория и методология)» по научной специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: промышленность.

Научные интересы

Область научных интересов:

- ❖ Инфраструктура товарного рынка;
- ❖ Концепции маркетинга воспроизводства обмена, поведения и лояльности потребителей;
- ❖ Государственный маркетинг;
- ❖ Маркетинго-логистическая устойчивость развития национальной промышленности;
- ❖ Упаковка товаров как фактор активизации спроса;
- ❖ Маркетинговые коммуникации.

Подготовлено 13 кандидатов экономических наук, 1 доктор экономических наук.

Научные публикации:

Монографии:

1. Федько В.П. Маркетинг в России на рубеже веков. Вып.5. Монография / Под научной ред. проф. Федько В.П. – М.: ИНФРА-М, АКАДЕМЦЕНТР. 2014.
2. В.П.Федько. Маркетинг в России на рубеже веков. Вып.4. Монография / Под научной ред. проф. Федько В.П. – М.: ИНФРА-М, АКАДЕМЦЕНТР. 2012. – с.308.
3. В.П.Федько. Маркетинг в России на рубеже веков. Вып.3. Монография / Под научной ред. проф. Федько В.П. – М.: Дашков и К⁰, «Наука-Пресс», М: Дашков и К. «Наука-Пресс». 2011. – с.328.
4. В.П.Федько. Маркетинг в России на рубеже веков. Вып.2. Монография / Под научной ред. проф. Федько В.П. – М.: Дашков и К⁰, «Наука-Пресс», М: Дашков и К. «Наука-Пресс». 2010.
5. В.П.Федько. Маркетинг в России на рубеже веков. Вып.1. Монография / Под научной ред. проф. Федько В.П. – М.: Дашков и К⁰, «Наука-Пресс», М: Дашков и К. «Наука-Пресс». 2009.
6. Федько В.П., Фейгель М.Л. Маркетинг компетенции в продвижении деловых услуг. Под науч. ред. доктора экономических наук, профессора Федько В.П. Монография. – М.: ИНФРА-М, АКАДЕМЦЕНТР, 2014. – с. 184.
7. Федько В.П. Гумба К.В. Модификация и регламентация социально-этичных параметров отечественной рекламы. Монография. – М.: ИНФРА-М, АКАДЕМЦЕНТР, 2014. – с. 215.
8. Федько В.П., Штезель А.Э., Мирозизьян М.И. Развитие консультационно коммуникационной компоненты маркетинга на основе социально-этичной концепции. Под науч. ред. доктора экономических наук, профессора Федько В.П. Монография. – М.: ИНФРА-М, АКАДЕМЦЕНТР, 2014. – с. 184.
9. Диянова С.Н. Диверсификация лояльности покупателей как инструмент формирования стратегии маркетинга. Монография. Под научной ред. Докт.экон. проф. Федько В.П. – М.: Изд-во «Ваш полиграфический партнер», 2013.-227.
10. Федько В.П., Искандаров К.М. Технологии верификации результатов маркетинговых исследований поведения потребителей. Монография / Под научной ред. проф. Федько В.П. – М.: Дашков и К⁰, «Наука-Пресс», 2011.-с.212.
11. Федько В.П., Диянова С.Н. Диверсификация лояльности потребителей розничных торговых сетей. Монография / Под научной ред. проф. Федько В.П. – М.: Дашков и К⁰, «Наука-Пресс», 2011.-с.212.
12. Федько В.П., Джемолдинов Э.Г., Кошель Н.В. Теоретико - методические аспекты формирования антикризисного банковского маркетинга. Монография. – М.: ИНФРА-М, Ростов-на-Дону.:АКАДЕМЦЕНТР, 2013. – с. 168. (8.1 п.л.)

Статьи в изданиях рекомендованных ВАК России:

1. Федько В.П. К вопросу формирования комплексной маркетинговой стратегии вуза и повышения его рейтинга в общественном сознании на рынке образовательных услуг региона. /Федько В.П., Иващенко С.А./ Электронный журнал «УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ: ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ». [Маркетинг | \(50\) УЭжС, 2/2013.](#)
2. КУЗНЕЦОВ Н.Г., ФЕДЬКО В.П., ФЕДЬКО Ю.В. Расширительная концепции комплекса маркетинга в контексте парадигмы клиентоцентризма. Вестник РГЭУ.
3. Федько В.П., Костоглодов Д.Д., Федько Ю.В. Концепция «упаковка – товар» в комплексе маркетинго - логистических функций продвижения. Электронный журнал «УПРАВЛЕНИЕ

4. Федько В.П., Дудакова И.А Развитие инфраструктуры розничной торговли. Ж. Маркетинг.2010.Ч.2.-№3 (112)-1.2 п.л.
5. Федько В.П., Дудакова И.А Развитие инфраструктуры розничной торговли. Ж. Маркетинг.2010. Ч.1.-№2 (111)-1.15 п.л.
6. Федько В.П., Дудакова И.А. Маркетинговая составляющая пространственного развития розничной торговли.Российский внешнеэкономический сборник. №5.2009.с.55-66.