

**X Международная научно-практическая конференция «РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННОЙ  
ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ»  
МОДЕЛИ И МЕХАНИЗМЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В  
УСЛОВИЯХ САНКЦИОННЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ**

DOI: 10.18522/1997-2377-2024-138-5-63-65

УДК: 33

**ЭКОНОМИЧЕСКИЙ НАЦИОНАЛИЗМ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ, КАК ОСНОВА ДЛЯ  
РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ БРЕНДОВ**

***В.В. Лизовская, Я.Ю. Салихова***

*Статья включает данные об изменении представленности зарубежных брендов на российском рынке и результаты авторских исследований, касающихся трансформации восприятия отечественных брендов потребителями. Раскрываются понятия экономического национализма и особенности национального брендинга.*

**Ключевые слова:** протекционизм, национальный бренд, брендинг, экономический национализм, концепция страны происхождения

Литература

1. Антонова Н.В., Патоша О.И. Особенности восприятия брендов людьми с различными стратегиями потребительского поведения // Социальная психология и общество. 2018. Т. 9. № 1. С. 124–143.
2. Клаус Мозер. Психология маркетинга и рекламы / Пер. с нем. Харьков: Изд-во Гуманитарный Центр, 2004. 380 с.
3. Кусраева О.А. Национальный брендинг: возможности для бизнеса в России // Российский журнал менеджмента. 2021. № 19 (4). С. 614–631.
4. Лизовская В.В., Салихова Я.Ю., Осипова К.А. Экономический национализм в России в период глобальных перемен: поведение производителей и восприятие покупателей // Маркетинговые модели, практики и тренды: вызовы и перспективы региона Большой Евразии. Сборник материалов 1-й Евразийской конференции по маркетингу, Санкт-Петербург, 01–02 декабря 2023 года. СПб.: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2024. С. 242–248.
5. Экономисты оценили долю ушедших из России западных компаний. – URL: <https://www.rbc.ru/business/20/01/2023/63ca017e9a7947d74aaa11bf> (дата обращения 15.02.2024).
6. Gissy William. Encyclopedia of Violence, Peace, & Conflict (Second Edition) // Academic Press. 2008. P. 1632–1641. – URL: <https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/economic-nationalism> (дата обращения 10.08.2024).
7. Helleiner Eric. The Diversity of Economic Nationalism // New Political Economy. November 2020. № 26(3). P. 1–10. – URL: [https://www.researchgate.net/publication/347260764\\_The\\_Diversity\\_of\\_Economic\\_Nationalism](https://www.researchgate.net/publication/347260764_The_Diversity_of_Economic_Nationalism) (дата обращения 15.08.2024).
8. Kilenga Paschal J. What is Economic Nationalism? – URL: [https://www.researchgate.net/publication/369858326\\_what\\_is\\_Economic\\_Nationalism](https://www.researchgate.net/publication/369858326_what_is_Economic_Nationalism) (дата обращения 12.08.2024).
9. Murphy Patricio T. Nation branding: beyond a cosmetic symbol// Wipo magazine. 2022. Sept (3). –

URL: [https://www.wipo.int/wipo\\_magazine/en/2022/03/article\\_0008.html](https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2022/03/article_0008.html) (дата обращения 15.08.2024).

**Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна, г. Санкт-Петербург,  
Россия**

**Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург, Россия** 23 сентября 2024 г.

---