

## План творческого отпуска

Утвержден

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024 г.

- 1. ФИО:** Антипов Евгений Александрович
- 2. Структурное подразделение:** департамент менеджмента, факультет Санкт-Петербургская школа экономики и менеджмента Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург.
- 3. Срок предоставления отпуска/частей отпуска:** с 17 июня 2024 по 17 сентября 2024
- 4. Цель отпуска:** подготовка научных статей для международных рецензируемых журналов: “Predicting Short-term Accident Frequencies Across Urban Areas” для журнала “Accident Analysis and Prevention”, “Probabilistic Models for Employee Retention Curve Projection” для журнала “Journal of Forecasting”, и “Data-Driven vs. Theory-Driven Customer Retention Projections: A Comparison of Methods Using Rolling-Window Cross-Validation” для журнала “Management Analytics”. Творческий отпуск берется впервые за 13.5 лет непрерывного стажа в ВШЭ и не пересекается с аудиторной нагрузкой.
- 5. Имеющиеся наработки**
  - Получен грант РФФ 24-28-20195 на тему “Оперативное прогнозирование места и времени тяжких дорожно-транспортных происшествий методами машинного обучения для повышения эффективности распределения ресурсов экстренных и дорожных служб и деятельности государственных органов по профилактике правонарушений”.
  - Имеются методические наработки в рамках преподавания в 2020–2024 гг. релевантных курсов магистерского уровня Advanced Marketing Models, Statistical Methods of Analysis, Social Network Analysis, Data Science for Marketing Analytics.
  - Найдена и подготовлена для анализа эмпирическая база для каждой из статей.
  - Ранее были опубликованы методологически релевантные публикации, среди которых:
    1. Antipov, E. A., & Pokryshevskaya, E. B. (2020). Interpretable machine learning for demand modeling with high-dimensional data using Gradient Boosting Machines and Shapley values. *Journal of revenue and pricing management*, 19, 355-364.
    2. Pokryshevskaya, E. B., & Antipov, E. A. (2012). The strategic analysis of online customers’ repeat purchase intentions. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 20, 203-211.
- 6. Форма предоставления результатов**

В конце творческого отпуска будут представлены тексты статей, отправленных в рецензируемые журналы
- 7. План подготовки научных и учебных материалов с указанием временных интервалов и объема выполняемой работы для достижения целей отпуска.**

№	Вид материала (учебник, учебное пособие, диссертация, научная монография, статья, пр.)	Название	Сроки подготовки	Объем (п.л.)
1	Статья в международный рецензируемый журнал	Probabilistic Models for Employee Retention Curve Projection	16.07.2024	1

		Methods Using Rolling-Window Cross-Validation		
3	Статья в международный рецензируемый журнал	Predicting Short-term Accident Frequencies Across Urban Areas	16.09.2024	1

8. Консультанты (ФИО, организация) -

9. Виды и источники финансирования профессиональной деятельности на период предоставления творческого отпуска: НИУ ВШЭ, согласно Положению о творческих отпусках.

 Е.А. Антипов  
27 марта 2024 года