

ОТЗЫВ

научного руководителя

кандидата экономических наук, доцента,

Климовой Жанны Николаевны

**на диссертационную работу Куприной Ирины Владимировны,
выполненную по теме «Формирование рекламного пространства**

предприятиями молочной промышленности

в целях повышения конкурентоспособности»,

представленную на соискание учёной степени кандидата

экономических наук по специальности

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)

Куприна Ирина Владимировна выполняла диссертационное исследование, будучи соискателем в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Государственный университет – учебно-научно-производственный комплекс» на кафедре «Предпринимательство, логистика и маркетинг». Актуальность проведённого автором исследования связана с тем, что в современной экономической системе России повышение конкурентоспособности предприятий, работающих на рынке продовольственных товаров, является одной из актуальных вопросов результативного управления маркетинговой деятельностью. Не является исключением и предприятия, функционирующие на рынке молочной продукции.

Куприна И.В. излагает свой подход к формированию и эффективному использованию рекламного пространства предприятиями молочной промышленности как эффективной формы управления взаимодействия элементов внутренней и внешней среды маркетинга предприятий на рынке молочной продукции в целях повышения их конкурентоспособности.

В работе акцент сделан на разработке концептуальной модели формирования рекламного пространства предприятий молочной промышленности как особой формы коммуникативного поля для эффективной реализации рекламной деятельности и основанной на ней поэтапной модели управления конкурентоспособностью предприятий молочной промышленности.

Несомненный интерес представляют следующие разработки автора:

- содержание авторской классификации факторов повышения конкурентоспособности предприятий молочной промышленности с выделением особой совокупности, отражающей потенциальные возможности маркетинговых коммуникаций организации;

- авторская концептуальная модель формирования рекламного пространства предприятиями молочной промышленности;

- авторская модель управления конкурентоспособностью предприятий молочной промышленности на основе формирования рекламного пространства как особой формы коммуникативного поля для эффективной реализации рекламной деятельности;

- методический подход к расчету интегральной оценки потенциального влияния на конкурентоспособность предприятия молочной промышленности рекомендованных автором общих и частных методов формирования рекламного пространства.

Заслугой автора является качественная проработка и глубокий анализ имеющихся по данной проблеме российских и зарубежных публикаций, материалы вторичной и первичной маркетинговой информации региональных предприятий молочной промышленности, послуживших теоретической и методологической основой исследования, которая позволила обосновать научную новизну разработанных теоретико-методических положений и практических рекомендаций.

Цель и задачи, поставленные в работе, достигнуты. Полученные автором научные результаты нашли практическое применение, что подтверждается актами внедрения.

Основные результаты диссертационной работы опубликованы и прошли широкую апробацию научных положений, выводов и рекомендаций на научно-практических конференциях различных уровней, включая зарубежные. Куприна И.В. опубликовала 17 научных работ по теме исследования, в том числе 7 в рецензируемых научных журналах, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией при Министерстве образования и науки Российской Федерации. Оформление диссертации соответствует установленным требованиям.

В процессе работы над диссертацией Куприна И.В. показала себя высококвалифицированным специалистом, способным выполнять комплексные научные исследования. Значительно расширила свое мировоззрение, овладела рядом методик исследования и решения научных задач. Проявила себя добросовестным и зрелым исследователем, способным к самостоятельной научной работе.

Куприна И.В. обладает высоким уровнем компетентности, способна чётко определять и формулировать цели и задачи, определять необходимые методы исследования, анализировать полученные результаты, что не позволяет подвергнуть сомнению объективность сделанных заключений.

Изложенные выше позволяет заключить, что выполненное Куприной И.В. диссертационное исследование написано в соответствии с предъявляемыми требованиями и представляет собой самостоятельную завершённую научную работу, обладающую элементами научной новизны и содержащую решение важных задач теоретического и практического характера, соответствующую требованиям, предъявляемым Высшей аттестационной комиссией при Министерстве образования и науки Российской Федерации к кандидатским диссертациям.

Диссертационная работа соответствует требованиям пункта 9

Положения о присуждении учёных степеней, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. № 842 и Паспорту специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг) (область исследования – пп. 9.9, 9.23). Её автор, Куприна И.В. заслуживает присуждения учёной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Научный руководитель
Кандидат экономических наук, доцент
заведующий кафедрой «Предпринимательство,
логистика и маркетинг»
ФГБОУ ВО «Госуниверситет-УНПК»,
302020, г. Орел, Наугорское шоссе, д. 29
тел. 89103011374
e-mail: klimova_08@mail.ru

Подпись заверяю:
Проректор по научной работе
доктор технических наук, профессор



Климова Жанна Николаевна

19.08.2015г.

Радченко Сергей Юрьевич