

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего
профессионального образования
«Ижевский государственный технический
университет имени М.Т.Калашникова»
(ФГБОУ ВПО «ИжГТУ имени
М.Т.Калашникова»)**

Студенческая ул., д. 7, г. Ижевск, УР, 426069
Тел. (3412) 58-53-58, 58-88-52, 77-60-55
(многоканальный)
Факс: (3412) 50-40-55
e-mail: info@istu.ru <http://www.istu.ru>
ОКПО 02069668 ОГРН 1021801145794
ИНН/КПП 1831032740/183101001

В диссертационный совет
Д.212.182.02 при ФГБОУ ВО
«Государственный университет –
учебно-научно-производственный
комплекс» (переименован в
Федеральное государственное
бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Приокский государственный
университет»)
302020, г. Орел, Наугорское
шоссе, 29, аудитория 212,
официальный сайт: [www//gu-
unpk.ru](http://www/gu-unpk.ru).

№ _____
На № _____ от _____

ОТЗЫВ НА АВТОРЕФЕРАТ

диссертации Куприной Ирины Владимировны. на тему: «Формирование рекламного пространства предприятиями молочной промышленности в целях повышения конкурентоспособности», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Молочная продукция в постиндустриальном обществе является одним из факторов, обеспечивающих решение проблемы повышения здоровья нации, и относится к товарам первой необходимости.

Значительный рост конкуренции на рынке молочной продукции вызывает необходимость обоснования и использования современных приемов и способов обеспечения устойчивого развития предприятий молочной промышленности, среди которых важное место занимает формирование рекламного пространства.

Высокая научная и практическая значимость рассматриваемой проблемы определяют актуальность темы диссертации, целью которой является разработка и обоснование теоретико-методических положений по формированию и эффективному использованию рекламного пространства

предприятиями молочной промышленности в целях повышения их конкурентоспособности.

Содержание автореферата свидетельствует о том, что поставленная цель достигнута. Автором получены результаты, имеющие научную новизну и практическую значимость.

В качестве основной гипотезы, в диссертационной работе принято, что эффективный механизм управления конкурентоспособностью предприятий молочной промышленности, ориентированный на достижение гармонии потребностей, возможностей и ресурсов участников рыночного процесса, позволит построить единое рекламное пространство, основанное на взаимодействии.

Можно согласиться и с утверждением автора о том, что поскольку конкурентоспособность организации определяется совокупностью факторов, имеющих различную природу, их учет позволяет оценить потенциальные возможности рынка, производителя и маркетинговых коммуникаций для согласования интересов участников рыночного обмена.

Автором раскрыто содержание каждой предложенной совокупности факторов конкурентоспособности предприятий.

В работе предложено модельное решение по формированию рекламного пространства предприятиями молочной промышленности (с. 16 автореферата).

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

Апробация предложенных методик осуществлена автором на группе предприятий молочной промышленности.

На наш взгляд, было бы целесообразно привести пример расчета интегрального показателя конкурентоспособности применительно к предприятиям молочной промышленности (с. 20 автореферата).

Указанное пожелание не снижает общей научной и практической ценности рассматриваемой работы.

По содержанию автореферата можно сделать вывод о том, что результаты, полученные автором, обладают признаками научной новизны и практической значимости.

Диссертационное исследование отвечает требованиям пункта 9 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. № 842, и Паспорту специальности 08.00.05 (маркетинг), а Куприна Ирина Владимировна достойна присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

*Калинкина Галина Евгеньевна
доктор экономических наук, профессор,
зав. кафедрой
«Экономика, технология
и управление коммерческой деятельностью»
ФГБОУ ВПО «Ижевский государственный
технический университет
имени М.Т. Калашникова»*

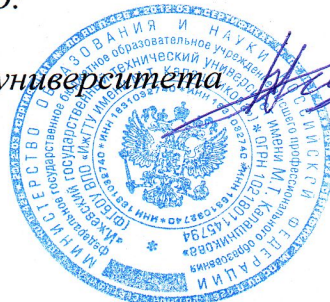
426069, г. Ижевск, ул. Студенческая 7, кор.6
Тел. (3412) 77-60-55 доб. 6-305
E-mail: commerce@istu.ru
«18» ноября 2015 г.

Личная подпись:

Г.Е.Калинкина

Подпись Г.Е. Калинкиной заверяю:

Ученый секретарь Ижевского
государственного технического университета



В.А. Алексеев