

## **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 народных хозяйством (маркетинг)**

Актуальность диссертационного исследования состоит в решении проблем, связанных с формированием и эффективным использованием рекламного пространства предприятиями молочной промышленности.

Анализ современного состояния рынка молочной промышленности показывает, что предприятие, имеющие сходные потенциальные возможности, могут иметь различный уровень конкурентоспособности из-за отличительных возможностей рынка и их взаимодействия, что предполагает поиск новых маркетинговых инструментов.

Необходимость изучения данной проблемы обусловлена объективной значимостью теоретического осмысления, методической проработки и предложения практических рекомендаций по формированию рекламного пространства предприятиями, учитывая специфику молочной отрасли.

Вследствие вышесказанного, исследование Куприной И.В. на тему «Формирование рекламного пространства предприятиями молочной промышленности в целях повышения конкурентоспособности» считаю актуальным и необходимым.

В автореферате представлено авторское определение экономического содержания понятия «рекламное пространство» в которую в качестве составных элементов включены средства рекламы, маркетинговые коммуникации и потребитель.

Соискателем разработана система факторов конкурентоспособности, учитывающая влияние не только внешних и внутренних факторов предприятия, но и потенциальные возможности маркетинговых коммуникаций. Система отличается от других разработок тем, что


предложенный фактор позволяет расширить набор инструментов и методов ведения конкурентной борьбы.

На стр. 16 автореферата представлено модельное решение по формированию рекламного пространства предприятиями молочной промышленности, где в качестве одного из этапов выделены маркетинговые коммуникации. Однако, считаю, что следовало бы представить основные аспекты и изложить более детально технологию их взаимодействия.

Несмотря на вышеуказанное замечание, диссертационное исследование, выполненное Куприной И.В., соответствует 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 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг) (область исследования – пп. 9.4, 9.8, 9.22). Ее автор, Куприна И.В., заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

ФИО: Роздольская Ирина Владимировна  
Ученая степень, звание: Доктор экономических наук, профессор

Место работы, должность: Заведующая кафедрой маркетинга и менеджмента АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»  
Почтовый адрес: ул. Садовая, д. 116а, г. Белгород, Россия, 308023  
Тел., e-mail: +7(4722)26-46-53, market@buker.ru

Личная подпись:  И.В. Роздольская  
18.11.2015 г.

Подпись Роздольской И.В. заверяю  
Первый проректор  
по научной работе АНО ВО «Белгородский университет  
кооперации, экономики и права»  
д. э. н., профессор



Е.Е. Тарасова