

Председателю диссертационного совета
Д 212.196.04 на базе
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»
д.э.н., проф. Стукаловой И.Б.

Отзыв на автореферат диссертации

на тему: «Формирование модели интегрированных маркетинговых коммуникаций для продвижения пивоваренной продукции в Российской Федерации», представленной Савидовым Максимом Алексеевичем на соискание степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)

Тема диссертационной работы Савидова М.А., безусловно, актуальна.

Продвижение пива в Российской Федерации имеет особое регулирование и ограничений на рекламу, обусловленных спецификой данной категории продукции. Однако, пивоваренная отрасль является важной частью экономической системы Российской Федерации, она вовлекает в свою деятельность ряд смежных отраслей – по данным открытых источников одно рабочее место в пивоваренной отрасли создает 10-12 мест в смежных. В связи с этим необходимость продвижения пивоваренной продукции в стране не вызывает сомнений и требует особого подхода к разработке маркетинговых коммуникаций. Актуальность диссертационной работы подтверждается также потребностью в повышении эффективности коммуникаций пивоваренных компаний с их аудиторией, особенно ввиду затяжного кризиса отрасли – с 2007 года объём производства пива уменьшился практически на треть, и эта негативная динамика сохраняется.

Вместе с тем, на сегодняшний день существует ограниченное количество научных работ, посвященных продвижению товаров широкого потребления с помощью массовых инструментов маркетинговых коммуникаций в условиях серьезных законодательных и морально-этических ограничений, а также учитывающих специфику деятельности на территории Российской Федерации. Ориентируясь на перечисленные выше условия, Савидов М.А. разрабатывает модель интегрированных маркетинговых коммуникаций для продвижения пивоваренной продукции в стране, а также ряд сопутствующих методик для её полного и эффективного функционирования и адаптации к меняющимся реалиям рынка.

Проанализировав автореферат к диссертации Савидова М.А., можно утверждать, что заявленная тема раскрыта в полном объёме, а наличие четких выводов и рекомендаций, обозначенных в автореферате, позволяет говорить о завершённости и комплексности исследования.

Вместе с тем, по нашему мнению, к автореферату можно предъявить следующее замечание. Из текста работы не ясно, каким образом предлагаемая Савидовым М.А. модель позволяет соблюдать баланс между задачами государства по снижению алкоголизации населения и устремлениями бизнеса по максимизации собственной прибыли. Но это замечание не снижает содержательной научной новизны положений диссертации.

Таким образом, текст автореферата соискателя позволяет утверждать, что диссертация на тему: «Формирование модели интегрированных маркетинговых коммуникаций для продвижения пивоваренной продукции в Российской Федерации» соответствует требованиям «Положения о присуждении ученых степеней» ВАК Минобрнауки РФ, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а её автор, Савидов Максим Алексеевич, заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

«10» мая 2017 года

Кандидат экономических наук,
доцент кафедры менеджмента и маркетинга
Федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«Всероссийская академия внешней торговли
Министерства экономического развития
Российской Федерации»

(подпись)

Зинцова Марина Владимировна

Адрес организации: 119285, г. Москва, ул. Пудовкина, 4А.

Телефон: 8-905-730-69-43.

Адрес электронной почты: 7306943@mail.ru.

