

## **ОТЗЫВ**

**на автореферат диссертационной работы Перепёлкина Н.А. на тему  
«Развитие событийного маркетинга в российских компаниях»,  
представленной на соискание ученой степени кандидата экономических  
наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным  
хозяйством (маркетинг)**

Несмотря на то, что событийный маркетинг становится все более востребованным коммуникационным инструментом (по данным АКАР 90% российских компаний используют инструменты событийного маркетинга в своей маркетинговой деятельности), автор говорит о несовершенном понятийном аппарате, отсутствии целостного подхода к организации мероприятий событийного маркетинга и оценке его эффективности в отечественной научной литературе. Все это делает диссертационное исследование Н.А. Перепёлкина актуальным как с научной, так и с практической точки зрения.

С точки зрения научной новизны работы, прежде всего, стоит отметить авторские определения таких основных понятий, как «событийный маркетинг», «управляемое событие в маркетинге», важных для понимания процессов планирования и управления в событийном маркетинге. Важным аспектом представленного исследования являются предложенные автором алгоритм создания и управления событием и мероприятием с заданными параметрами и прогнозируемым результатом, и, что особенно важно, система контроля качества реализации событий и мероприятий и оценка их эффективности.

Судя по автореферату (стр. 16) можно предположить, что в диссертационной работе алгоритм создания и управления событием и мероприятием рассмотрен более подробно, но и в автореферате спектр этих направлений вполне достаточен.

Представляют интерес подходы к классификации событий и мероприятий в маркетинговой деятельности, авторская классификация форм и видов событий и мероприятий (событийной активности) в событийном маркетинге.

Практическая значимость работы определяется предлагаемыми инструментами, позволяющими эффективно планировать и использовать событийный маркетинг в компаниях любого размера и сфер деятельности.

Результаты исследования в достаточном объеме опубликованы в научных изданиях соответствующего ранга и профиля.

В качестве замечания по рассмотренному реферату следует отметить следующее. При разработке алгоритма формирования и реализации управляемого события или специального мероприятия первым этапом предложен анализ маркетинговых потребностей и определение целевой и контактной аудитории. Как правило, данный этап проводится совместно с заказчиком, который не всегда верно определяет контактную аудиторию и может дать искаженную информацию для анализа. Таким образом, автором не учтены риски, связанные с получением нерелевантной информации, что может сказаться на результатах мероприятия.

Тем не менее, данное замечание не сказывается на общем благоприятном впечатлении от работы и не умаляет ее практической и научной значимости.

В целом автореферат свидетельствует, что диссертационное исследование проведено на высоком уровне и соответствует требованиям ВАК Министерства образования и науки РФ п. 9 «Положения о присуждении ученых степеней», Постановление Правительства РФ от 24.09.2013 №842, а соискатель Перепёлкин Николай Александрович заслуживает присуждения ему ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 - «Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)».

Кандидат экономических наук, доцент  
заведующая кафедрой маркетинга и торгового дела  
Института отраслевого менеджмента ФГБОУ ВО «Российская Академия  
народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской  
Федерации»

Латышова Людмила Сергеевна

23 января 2017г.

Контактная информация:

119571, г. Москва, проспект Вернадского, д. 82, стр.1

+7(495) 434-50-48

Адрес электронной почты: [latyshova@ranepa.ru](mailto:latyshova@ranepa.ru)



Е Р Я Ю  
СЕКРЕТАРЬ  
АКАДЕМИИ НАРОДНОГО  
ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ  
СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РФ  
К. Э. Н. К. В. Б. ИНДАРЕВ