

## ОТЗЫВ

на автореферат диссертации **Савидова Максима Алексеевича**  
на тему: «**Формирование модели интегрированных маркетинговых коммуникаций для продвижения пивоваренной продукции в Российской Федерации**»,

представленной на соискание степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг

Работа Савидова М.А. по своей проблематике является актуальным исследованием, поскольку в нём нашли отражение организационные аспекты формирования системы интегрированных маркетинговых коммуникаций с целью максимально эффективного использования потенциала инструментов и каналов коммуникации для продвижения пивоваренной продукции в России, по отношению к которой на сегодняшний день действуют значительные ограничения.

Исходя из автореферата, можно сделать вывод, что в диссертационной работе значительное внимание уделено структурированию подходов к интегрированию маркетинговых коммуникаций. Следует приветствовать попытку автора разработать универсальный способ визуального представления различных моделей ИМК на единообразной графической основе, а также структурирование основных подходов к ИМК. Благодаря этому и авторская комплексная модель для продвижения пивоваренной продукции в Российской Федерации выглядит цельной, полной и понятной.

Особого внимания заслуживает предложенный Савидовым М.А. ряд практических методик для проведения маркетинговых исследований. Среди них – методический подход к обработке и представлению результатов исследования информационного поля вокруг отрасли, который позволяет охарактеризовать большой массив эмпирических данных, наглядно представить выводы и прогнозировать отношение общества к отрасли или продукту в дальнейшем.

Интересен также подход к формированию рассеянного ядра коммуникации и доработанная с этой целью методика семиотрического исследования. С научной точки зрения любопытной выглядит идея по сращиванию образа компании с ожидаемым оптимальным имиджем всей продуктовой категории для её последующего продвижения, достижения организацией статуса лидера на информационном поле и повышения воспринимаемого качества выпускаемой ей продукции.

Обоснованность и полнота изложения научных положений, выводов и рекомендаций, содержащихся в автореферате, обеспечена глубоким анализом работ как отечественных, так и зарубежных авторов по исследуемой теме, обсуждением на научно-практических конференциях, публикацией статей в научной печати. Соискателем проведена большая исследовательская работа, изучен и структурирован значительный объём литературы, сделаны интересные выводы научно-практического характера.

Хотя диссертационное исследование Савидова М.А. обладает теоретической и практической значимостью, работа не лишена некоторых недостатков, связанных в значительной степени с «пилотным» характером исследования. Из текста автореферата не всегда прослеживается, являются ли нововведения автора универсальными или узкоспециализированными. В частности, может ли предложенная модель ИМК использоваться не только для пивоваренной, но и для других отраслей.

По нашему мнению, в дальнейших научных изысканиях соискателю следует развить тему сопоставления и приближения друг к другу имиджа категории в целом и конкретной компании с точки зрения ассоциативного маркетинга, ухода от конкретизированного семантического ядра и, соответственно, предъявления объекта рекламирования, в пользу выстраивания нужных ассоциаций на атрибутивном и символическом уровне, что особенно важно в случае дальнейших более жестких ограничений по отношению к пивоваренной отрасли. Данные замечания не носят

принципиального характера, могут быть использованы для развития вынесенных на защиту положений в будущих научных работах автора.

Всё вышесказанное позволяет сделать вывод, что диссертационное исследование на тему «Формирование модели интегрированных маркетинговых коммуникаций для продвижения пивоваренной продукции в Российской Федерации», представленное Савидовым М.А. на соискание ученой степени кандидата наук, отвечает требованиям «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 г. №842, а её автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг.

Профессор кафедры Сервиса,  
Институт отраслевого менеджмента  
ФГБОУ ВО «Российская академия  
народного хозяйства и государственной  
службы при Президенте РФ»

к.э.н, профессор

«04» мая 2017 года

Красюк Ирина Николаевна



**ЗА В Е Р Я Ю**  
И. СЕКРЕТАРЬ  
КАДЕМИИ НАРОДНОГО  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ  
ПРЕЗИДЕНТЕ РФ  
Н. К.К. БОНДАРЕВ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации». Институт отраслевого менеджмента. Адрес: 119571, г. Москва, пр-т Вернадского, д. 82, стр. 4, корпус 3, офис 306. Тел.: +7 (495) 434-50-48; +7-903-522-21-68. E-mail: [ism@ranepa.ru](mailto:ism@ranepa.ru); [krsasyuk-in@ranepa.ru](mailto:krsasyuk-in@ranepa.ru).