

В объединенный диссертационный совет Д 999.118.02 на базе ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет» и ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)»

ОТЗЫВ

На автореферат диссертации Изаковой Натальи Борисовны на тему «Управление маркетингом малого промышленного предприятия на основе концепции маркетинга взаимоотношений», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Концепция маркетинга взаимоотношений выходит на передовые рубежи современного маркетинга, ориентируя компании на выстраивание долгосрочной политики эффективного взаимодействия с партнерами. Особенno применение данной концепции актуально для сферы малого бизнеса, где деловые связи между партнерами часто нестабильны. Весьма интересной является выбранная автором для анализа сфера деятельности, а именно управление малым бизнесом промышленного предприятия, так как, на наш взгляд, на B2B рынках маркетингу взаимоотношений уделяется недостаточно внимания. Это повышает актуальность диссертационного исследования, а его результаты делает практически значимыми.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в следующем:

- развиты теоретические положения, применения модели управления маркетингом малого промышленного предприятия;
- уточнены определение и содержание комплекса маркетинга взаимоотношений;
- разработана концептуальная модель управления маркетингом малого промышленного предприятия, с учетом методологии SOSTAC;
- реализован обширный методический инструментарий маркетинга взаимоотношений;
- разработана и практически апробирована на конкретном предприятии сферы малого бизнеса, авторская методика оценки результативности маркетинга взаимоотношений.

Практическая значимость исследования заключается в том, что полученные результаты могут быть использованы на малых предприятиях

разных сфер деятельности для формирования эффективной системы управления маркетингом.

При общей положительной оценке проведенного исследования, считаю важным отметить следующие дискуссионные моменты:

- в концептуальной модели управления маркетингом малого промышленного предприятия не рассмотрены взаимоотношения с поставщиками, являющимися значимыми партнерами компании. Автор не включает в систему показателей результативности маркетинга показатели, характеризующие результаты взаимодействия с поставщиками малого промышленного предприятия.

Высказанные замечания носят дискуссионный характер и не снижают научной и практической значимости работы. Считаю, что диссертация на тему «Управление маркетингом малого промышленного предприятия на основе концепции маркетинга взаимоотношений» соответствует требованиям, изложенным в п. 9 «Положения и присуждении ученых степеней», утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 г. № 842, а ее автор – Изакова Наталья Борисовна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)».

Заместитель руководителя
Школы бизнеса
и делового администрирования,
доцент кафедры стратегического маркетинга
ФГАОУ ВО «Национальный
исследательский университет
«Высшая школа экономики»,
кандидат экономических наук,
доцент

М.М.Дворяшина

Подпись М.М.Дворяшина удостоверяю:

Контактная информация:

Адрес: 101000, г. Москва, Кирпичная ул., д. 33, каб. 607
+ 7(495) 772-9590 *55083
Электронная почта: mdvoryashina@hse.ru

Подпись заверяю

20.05.2019 СПЕЦИАЛИСТ ПО
КАДРОВОМУ ДЕЛОПРОИЗВОДСТВУ

УЧЕБНО-ПРАВОМУ АДМИНИСТРИРОВАНИЮ

