

Отзыв
на автореферат диссертационной работы
Антонова Владимира Николаевича
на тему «Развитие маркетинга территорий в изменяющихся
рыночных условиях», представленной на соискание ученой степени
доктора экономических наук по специальности
5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

Развитие маркетинга территорий в современных условиях зависит от готовности разработки и реализации новых инструментов, моделей, механизмов и алгоритмов, объединяющих усилия разных экономических субъектов. В связи с этим, научное исследование Антонова Владимира Николаевича, посвящено формированию теоретико-методологических положений и разработке практических рекомендаций по развитию маркетинга территорий в изменяющихся рыночных условиях

Тема, цель, задачи исследования логично определяют архитектуру предмета исследования, с которой четко коррелирует с выводами и положениями научной новизны.

Так, научная новизна диссертации заключается в разработке и теоретическом обосновании концептуальных и методологических основ развития маркетинга территорий в изменяющихся рыночных условиях, что позволило сформировать комплексный подход к управлению территориальным развитием с учетом современных социально-экономических вызовов в контексте маркетинга.

Заслуживают внимания определенные факторы-потенциалы развития экологического маркетинга, отличающиеся группировкой по экономическим, технологическим, социальным группам, симбиоз которых в совокупности определяет потенциал для развития экологического маркетинга территорий, что позволяет сформировать благоприятный экологический имидж территорий с помощью экологонаправленных мероприятий и экологической

рекламы.

Автором сформирована концепция развития маркетинга территорий в изменяющихся рыночных условиях, элементы которой направлены на достижение социального и экономического эффекта в рамках повышения имиджа территорий и конкурентоспособности экономики, которая отличается фундаментом в виде многоуровневой модели креативного мышления и современными методологическими подходами к разработке ее структуры и обосновании ключевых элементов, результатом реализации которой являются эффективное управленческое воздействие субъектов маркетинга.

Нельзя не отметить, что предложена стратегическая модель развития маркетинга территорий в системе социально-экономической политики государства, представляющая элемент его развития в условиях изменяющихся рыночных отношений, которая отличается разнообразием факторов, оказывающих влияние на социально-экономическую государственную политику, и дифференциацией векторов, акцентов, рычагов, инструментов маркетинга территорий.

Достоинства диссертационной работы и достоверность научных результатов подтверждаются и методами исследования, которые крайне удачно реализованы автором. Тем не менее, целесообразно сделать следующие замечания:

- 1) из текста автореферата не совсем понятно, при помощи каких механизмов происходит реализация концептуальной модели системы маркетинга территорий (рис. 2);
- 2) автору бы стоило дополнительно пояснить иерархию элементов в модульной схеме организации применения информационно-коммуникационных технологий развития маркетинга территорий в условиях цифровой трансформации (рис. 4).

Однако указанные замечания не снижают значимость диссертационной работы Антонова В.Н. и носят рекомендательный характер.

Таким образом, результаты анализа содержания автореферата Антонова Владимира Николаевича позволяют сделать вывод о том, что диссертационная работа на тему: «Развитие маркетинга территорий в изменяющихся рыночных условиях» является самостоятельно выполненным и завершенным научным исследованием, отвечающим требованиям Положения о присуждении ученых степеней, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Бессонова Елена Анатольевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Заведующая кафедрой экономики, управления и аудита
Федерального государственного
бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Юго-Западный
государственный университет» (ЮЗГУ),
доктор экономических наук, профессор



Бессонова Елена Анатольевна

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Юго-Западный государственный университет»
(ЮЗГУ), Факультет экономики и менеджмента (ФЭиМ), кафедра экономики,
управления и аудита

Адрес: 305040, Курская область, г. Курск, ул. 50 лет Октября, д. 94

Телефоны: +7(4712) 58-71-18; +7-961-194-66-23;

E-mail: rector@swsu.ru

www.swsu.ru



Подпись Бессоновой Е.А.
удостоверяю
Специалист по кадрам

А.А. Чанюкина
05.06.2015