

## ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Гладкой Виктории Александровны на тему «СОЦИАЛЬНО-ОТВЕТСТВЕННЫЙ МАРКЕТИНГ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг

Социально осознанный и ответственный маркетинг в настоящее время характерен для наиболее дальновидных предприятий. Мощным толчком для предпринимателей в сторону ответственного отношения к влиянию основной деятельности на социум, послужило появление общественных организаций, которые декларируют принципы корпоративной социальной ответственности, и ряда государственных учреждений и институтов, направленных на улучшение окружающей среды.

Исследованию проблем социально-ответственного маркетинга посвящено достаточно большое количество научных трудов, как в области управления, так и в области маркетинга, однако, научно обоснованных рекомендаций относительно внедрения социально-ответственного маркетинга в систему управления предприятием недостаточно. Особого внимания со стороны ученых и практиков требуют вопросы организации социально-ответственного маркетинга, механизма его внедрения и методики аналитической оценки. Именно рассмотрению этих вопросов и посвящена диссертационная работа Гладкой В.А.

Научная ценность работы заключается в: разработке концептуальной модели социально-ответственного маркетинга; определении и детализации направлений организации социально-ответственного маркетинга в системе управления предприятием; формировании механизма внедрения социально-ответственного маркетинга в систему управления; усовершенствовании модели комплексной оценки внедрения социально-ответственного маркетинга.

Теоретическая значимость работы определяется актуальностью цели и задач исследования, достигнутым уровнем разработанности теоретических вопросов и заключается в усовершенствовании понятийного аппарата и формировании концептуальных основ социально-ответственного маркетинга в системе управления торговых предприятий.

Результаты исследования прошли апробацию по итогам участия в научных конференциях в Симферополе, Одессе, Москве.

Вместе с тем, представленный в автореферате материал позволяет сделать и некоторые замечания:

Во-первых, было бы целесообразно привести в автореферате общие и специальные принципы социальной ответственности;

Во-вторых, автором недостаточно аргументировано применение методологии именно системного подхода, а не процессного, ресурсного, ситуационного, которые были изучены автором при исследовании теоретических основ социально-ответственного маркетинга.

Вместе с тем, отмеченные замечания не снижают научной и практической ценности работы. Диссертация на тему: «Социально-ответственный маркетинг в системе управления предприятием» соответствует требованиям ВАК ДНР к кандидатским диссертациям, а её автор, Гладкая Виктория Александровна, заслуживает присвоения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг.

*Согласна на включение моих персональных данных в аттестационное дело и их дальнейшую обработку.*

Кандидат экономических наук  
08.07.05 – Экономика торговли и услуг,  
доцент



С. В. Шепелева

Место работы: ЧОУ ВО «Санкт-Петербургский академический университет»

Должность: доцент кафедры предпринимательства и туризма

Адрес: 190103, Санкт-Петербург, Лермонтовский пр., 44 Литер А

Телефон: 8 (812) 4498176

Адрес электронной почты: kafedra\_turizma10@mail.ru

