

**ОТЗЫВ**  
**на автореферат диссертации Васильева Сергея Вячеславовича**  
**на тему:**  
**«Проектный маркетинг: ценностно-ориентированный подход»,**  
**представленную на соискание ученой**  
**степени кандидата экономических наук**  
**по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика**  
**(маркетинг)**

***Актуальность темы.***

Роль проектного маркетинга в современном бизнесе становится все более значимой и актуальной. Проектный маркетинг позволяет организациям быть более гибкими, адаптивными и конкурентоспособными в условиях постоянно меняющейся рыночной среды. Данное направление в маркетинг помогает эффективно управлять рекламными кампаниями, продвижением продуктов и услуг, а также строить и развивать отношения с клиентами. Он позволяет более точно определять цели и задачи маркетинговых проектов, разрабатывать стратегии и тактики их выполнения, а также контролировать и оценивать результаты. Благодаря проектному маркетингу организации могут улучшить управление брендом, увеличить узнаваемость и лояльность потребителей, что позволит увеличить свою конкурентоспособность на рынке. Все перечисленное позволяет утверждать, что тема диссертационной работы Васильева С.В. актуальна.

***Теоретическую и методологическую основу*** диссертационной работы составили фундаментальные труды зарубежных и отечественных ученых практические разработки в области проектного маркетинга и маркетинга проектов, а также концептуальные положения современной экономической науки в области применения ценностно-ориентированного подхода.

***Научная новизна результатов*** состоит в разработке концептуальных и теоретико-методологических положений проектного маркетинга как основы обеспечения роста ценности разрабатываемых и реализуемых проектов и удовлетворения ожиданий заинтересованных в положительном конечном результате участников, что отражается в положениях, выносимых на защиту:

- дополнены и развиты теоретические положения проектного маркетинга в части уточнения понятия «проектный маркетинг» и определения комплекса проектного маркетинга;
- разработана концепция проектного маркетинга как научно обоснованная система принципов, подходов и взглядов на процесс совершенствования маркетинговой деятельности в процессе разработки и реализации проектов;
- обоснована система индикаторов ценности проекта в разрезе трех ее составляющих: содержательная ценность (уникальность проекта,

соответствие поставленным целям, инновации, отсутствие дефектов), финансовая ценность (оценка затрат, риски проекта, бюджет проекта, контракты проекта) и временная ценность (коммуникации проекта, сроки проекта, команда проекта, ресурсы проекта);

– разработан и апробирован методический подход к оценке эффективности проектного маркетинга, охватывающий два направления: оценку уровня достижения целей (ожиданий) стейкхолдеров в процессе реализации проекта с расчетом влияния изменений целевых ориентиров на состояние результирующего показателя и оценку маркетинговых рисков для каждой из групп стейкхолдеров в разрезе этапов жизненного цикла проекта;

– предложена модель формирования ценности проекта, основанная на создании карты ценностного предложения для каждой из групп стейкхолдеров проекта (внутренние стейкхолдеры, деловое окружение, клиенты, общественность).

### ***Степень обоснованности положений научной новизны, выводов и рекомендаций.***

Проведенное автором исследование позволило разработать основные положения, имеющие научную новизну. Обоснование научных положений диссертации являются публикации по теме диссертации в журналах ВАК и внедрение основных положений научной новизны в практическую деятельность региональных организаций.

### ***Замечания.***

1. По нашему мнению, в автореферате следовало бы указать помимо предложенных маркетинговых стратегий проекта для четырех групп стейкхолдеров следовало указать конкретные мероприятия с учетом тактических планов;

2. При разработке портфеля маркетинговых стратегий проекта следовало также включить инструменты маркетинга отношений для группы стейкхолдеров «клиенты» в части взаимодействия с брендом (рис. 8 стр. 22 автореферата).

### ***Заключение.***

Выполненное автором исследование является законченным научно-исследовательским трудом, который осуществлен самостоятельно на высоком уровне. В работе приведены научные результаты исследования, имеющие научную новизну и позволяющие дать оценку как решенной проблеме. Полученные автором результаты достоверны, выводы и заключения обоснованы.

Таким образом, следует сделать вывод, что диссертация Васильева Сергея Вячеславовича на тему «Проектный маркетинг: ценностно-ориентированный подход» соответствует требованиям, которые предъявляются к диссертациям на соискание ученой степени кандидата экономических наук, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени

кандидата экономических наук по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

**Я, Вероника Владимировна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.**

Кандидат экономических наук по специальности 08.00.01 – экономическая теория (1.1. Политическая экономия: воспроизводство общественного и индивидуального капитала), доцент, доцент кафедры менеджмента и маркетинга Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный университет»

  
\_\_\_\_\_ **В.В. Антоненко**

Дата «19» апрель 2024 г.

Почтовый адрес:

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный университет»,  
400062, Волгоградская область, г. Волгоград, просп. Университетский, д.100  
Тел. +7 (8442) 40-55-14

Адрес электронной почты: [marketech@volsu.ru](mailto:marketech@volsu.ru)

Официальный сайт организации: <https://volsu.ru/sveden/common/>

Подпись <u>Антоненко В.В.</u>
_____ заверяю
Начальник Управления кадров федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Волгоградский государственный университет»
<u>Н.С. Станкевич</u>
« <u>19</u> » <u>апрель</u> 20 <u>24</u> г.

