

ОТЗЫВ

на выпускную квалификационную работу Дыбкиной Анастасии Николаевны на тему «Социальный маркетинг как инструмент развития организации в России», направление 39.04.01 «Социология», основная образовательная программа магистратуры ВМ.5589.2020 «Социология»

Выпускная квалификационная работа А.Н. Дыбкиной посвящена проблеме использования социального маркетинга как инструмента развития организации в России. Тема работы актуальна, представляет теоретический и практический интерес.

В первой главе работы автор дает характеристику теоретико-методологических основ исследования социального маркетинга. Анализируя следование Целям устойчивого развития ООН (ЦУР) как важнейшему инструменту социального маркетинга в условиях санкций, автор прогнозирует рост интереса к ЦУР со стороны российских компаний.

Во второй главе автор анализирует результаты самостоятельно проведенного исследования опыта внедрения принципов корпоративной социальной ответственности и социального маркетинга в России. Исследование проводилось на основе анализа документов, размещенных на официальных сайтах 34 крупных российских компаний. Автор делает вывод, что «первостепенное значение для бизнеса имеет забота о безопасности сотрудников... Вторым по важности направлением деятельности по борьбе с пандемией COVID-19 является реализация мер, направленных на поддержку системы здравоохранения и медицинских учреждений. Далее следуют социальные меры, направленные на поддержку местных сообществ и защиту населения регионов присутствия, а также остальных заинтересованных сторон» (с. 65).

В заключение автор отмечает, что изучение инструментов социальной ответственности и программ социального маркетинга малого и среднего бизнеса в России будет представлять интерес для будущих исследований.

Список литературы содержит 99 наименований, в структуру работы включены 5 приложений. Оригинальность работы 70%.

В процессе работы над магистерской диссертацией автор продемонстрировала добросовестность и целеустремленность. Результаты исследования были представлены на трех конференциях и отражены в двух публикациях автора (см. Приложение).

Таким образом, выпускная квалификационная работа выполнена на хорошем уровне, обладает теоретической и практической значимостью, подкреплена собственным исследованием автора. Работа соответствует требованиям, предъявляемым СПбГУ к выпускным работам магистра, а ее автор заслуживает присуждения степени магистра социологии. Работа может быть оценена на «отлично» при условии успешной защиты.

Научный руководитель:

Доктор социологических наук,
доцент кафедры социального управления
и планирования СПбГУ



М.В. Рубцова

Приложение к отзыву научного руководителя

Публикации и выступления на научных мероприятиях
обучающейся по направлению 39.04.01 «Социология»,
основной образовательной программы магистратуры
ВМ.5589.2020 «Социология»,
А.Н. Дыбкиной

Публикации:

1. *Дыбкина А.Н.* Социальный маркетинг как способ адаптации российских предприятий к Целям устойчивого развития // Глобальные социальные процессы 3.0: социальное управление и экономическое развитие в цифровом обществе: Сборник статей Социологической конференции молодых ученых, Санкт-Петербург, 17 декабря 2021 года / Под

редакцией А.В. Петрова. Санкт-Петербург: Центр научно-информационных технологий «Астерион», 2022. С. 71-76.

2. *Дыбкина А.Н.* Социальный маркетинг как инструмент развития коммерческих организаций: современные тренды // Новеллы права, экономики и управления 2021: в 2 т.: Сборник научных трудов по материалам VII Международной научно-практической конференции, г. Гатчина, 26-27 ноября 2021 г. / Отв. ред. В.Р. Ковалев и др. Гатчина: Изд-во ГИЭФПТ, 2022. Т. 2. Трибуна молодого ученого.

Выступления на научных мероприятиях:

1. Социологическая конференция молодых ученых на тему «Глобальные социальные процессы 3.0: социальное управление и экономическое развитие в цифровом обществе», которая состоялась 17 декабря 2021 года в Санкт-Петербурге, СПбГУ. Доклад: Социальный маркетинг как способ адаптации российских предприятий к Целям устойчивого развития.
2. VII Международная научно-практическая конференция на тему «Новеллы права, экономики и управления 2021», которая состоялась 26-27 ноября 2021 года в Гатчине, ГИЭФПТ. Доклад: Социальный маркетинг как инструмент развития коммерческих организаций: современные тренды.
3. IV Международная научно-практическая конференция на тему «Современные социальные процессы в контексте глобализации», которая состоялась 13 мая 2022 года в Краснодаре, КубГТУ. Доклад: Анализ практики внедрения принципов корпоративной социальной ответственности и социального маркетинга в России.