



**Министерство культуры  
Российской Федерации**

федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«Санкт-Петербургский государственный  
институт кино и телевидения»**

**СПбГИКиТ**

Почтовый адрес: ул. Правды, д. 13, Санкт-Петербург, 191119

Юридический адрес: ул. Бухарестская, д. 22,

Санкт-Петербург, 192102

ИНН 7816009843 ОГРН 1027807985094

E-mail: rektorat@gukit.ru http:// www.gukit.ru

тел. (812) 315 72 85 факс (812) 315 01 72

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной и научной  
работе Федерального

государственного бюджетного  
образовательного учреждения  
высшего образования «Санкт-

Петербургский государственный  
институт кино и телевидения»,

доктор экономических наук

профессор

Барсуков Д.П.

« 23 »

2020 г.



**ОТЗЫВ ВЕДУЩЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

на диссертацию Шаминой Ольги Алексеевны на тему «Формирование модели стратегического управления малыми предприятиями медиаиндустрии», представленную к защите на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (менеджмент)

**Актуальность темы диссертационной работы.**

Современное направление развития экономики развитых стран сопряжено с возрастанием роли медиаиндустрии как индустрии производства содержания (контента), к которой, в том числе, относятся и средства массовой информации (СМИ). Во-первых, СМИ выполняют исключительно важные информационные и образовательные функции, выражающиеся в формировании мнений и предпочтений значительных масс людей. Во-вторых, на данный момент, в среднем россиянин тратит на потребление медиапродукта несколько часов в день; тенденция такова, что количество такого времени будет только возрастать.

С другой стороны, являясь важнейшим общественно-экономическим и политическим институтом, «четвертой властью» СМИ должны сохранять в стратегической перспективе свою независимость, главным образом финансовую, что в современных условиях пандемии, высокой степени неопределенности, социально-экономической нестабильности является трудной задачей в особенности для малых предприятий печатных СМИ.