

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

СОВЕТ ПО ЗАЩИТЕ ДИССЕРТАЦИЙ
НА СОИСКАНИЕ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ КАНДИДАТА НАУК,
НА СОИСКАНИЕ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ ДОКТОРА НАУК
(ДИССЕРТАЦИОННЫЙ СОВЕТ)
Д 505.001.104

Решение диссертационного совета
от 27.01.2021
№ 1-21/104

Аттестационное дело № 41-17/104 (5з-21)

З А К Л Ю Ч Е Н И Е

диссертационного совета Финансового университета Д 505.001.104
по диссертации на соискание учёной степени кандидата наук
о присуждении Жильцову Денису Анатольевичу,
гражданину Российской Федерации,
учёной степени кандидата экономических наук

Диссертация «Управление интернет-маркетингом на рынке логистических услуг» по научной специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг (экономические науки) принята к публичному рассмотрению и защите 14.10.2020 (протокол заседания № 2-20/104) диссертационным советом Д 505.001.104, созданным Финансовым университетом в соответствии с правами, предусмотренными в пункте 3.1. статьи 4 Федерального закона от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике», приказом Финансового университета от 19.09.2018 № 1722/о, изменения внесены приказами Финансового университета от 27.06.2019 № 1503/о; от 30.09.2019 № 1970/о.

Соискатель Жильцов Денис Анатольевич, 1974 года рождения, в 2017 году освоил программу подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре по направлению подготовки 38.06.01 «Экономика» с присвоением квалификации «Исследователь. Преподаватель-исследователь» федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации». В настоящее время работает генеральным директором

ООО «Агентство интернет-маркетинга ПроИнет» (Москва, самостоятельная организация).

Диссертация Жильцова Дениса Анатольевича выполнена в Департаменте менеджмента ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Москва, Правительство Российской Федерации).

Научный руководитель – доктор экономических наук, профессор Карпова Светлана Васильевна, ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Факультет экономики и бизнеса, Департамент логистики и маркетинга, профессор департамента.

По месту выполнения диссертации выдано положительное заключение по диссертации от 03.10.2018 № 7053.

Соискатель имеет 17 опубликованных работ по теме диссертации общим объемом 7,03 п.л. (авторский объем 6,73 п.л.), в том числе 5 работ общим объемом 2,14 п.л. (авторский объем 2,04 п.л.) в рецензируемых научных изданиях, определенных ВАК при Минобрнауки России.

В опубликованных научных работах раскрыты основные положения научной новизны, выносимые на защиту. В них отражены полученные новые теоретико-методические и практические результаты, направленные на оптимизацию процесса управления интернет-маркетингом и удовлетворения потребностей целевых сегментов, повышение качества использования инструмента «распределение» в комплексе интернет-маркетинга, совершенствование результативности маркетинговых решений по выбранным видам интернет-платформ и проведения их оценки.

К наиболее значимым работам следует отнести: Жильцов, Д.А. Конкурентный анализ рынка Рунета / Д.А. Жильцов // Российское предпринимательство. – 2014. – № 22. – С. 122–128. – ISSN 1994-6937; Жильцов, Д.А. Направления совершенствования маркетинго-логистического управления в системах товарного распределения / Д.А. Жильцов, О.Н. Романенкова // Научные труды Вольного экономического общества России – 2014. – Том 188. – С. 312–318. – ISSN 2072-2060; Жильцов, Д.А. Применение интернет-маркетинга для привлечения трафика посетителей на сайт логистических услуг / Д.А. Жильцов // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 12. – С. 910–914. – ISSN 1999-2300; Жильцов, Д.А. Совершенствование процесса управления интернет-маркетингом производственной организации / Д.А. Жильцов // Экономика и управление в машиностроении. – 2017. – № 5. – С. 30–33. – ISSN

2072-0890; Жильцов, Д.А. Методика оценки результативности маркетинговых решений в системе управления интернет-маркетингом / Д.А. Жильцов // Вестник Московского финансово-юридического университета МФЮА. – 2019. – № 4. – С. 176–181. – ISSN 2224-669X; Жильцов, Д.А. Smm-маркетинг: планирование работы в социальных сетях / Д.А. Жильцов // Маркетинг и логистика. – 2019. – № 2 (22). – С. 25-31. – ISSN 2500-2023. – Текст : электронный. – DOI отсутствует. – URL: <http://marklog.ru/smm-marketing-planirovanie-raboty-v-socialnyh-setjah/>; Жильцов, Д.А. Показатели эффективности рекламы в социальных медиа / Д.А. Жильцов // Маркетинг и логистика. – 2019. – № 4 (24). – С. 12–18. – ISSN 2500-2023. – Текст : электронный. – DOI отсутствует. – URL: <http://marklog.ru/pokazateli-jeffektivnosti-reklamy-v-socialnyh-media/>.

В диссертации Жильцова Д.А. отсутствуют достоверные сведения об опубликованных работах, в которых изложены научные результаты диссертации.

Лица, включенные в состав диссертационного совета, представили 10 письменных отзывов на диссертацию, из них 10 положительных, 0 отрицательных. Заместитель председателя диссертационного совета Финансового университета Д 505.001.104, д.э.н., профессор Карпова С.В., является научным руководителем Жильцова Д.А., представила отзыв научного руководителя согласно второму абзацу п. 6.12 «Положения о присуждении в Финансовом университете ученой степени кандидата наук, ученой степени доктора наук».

На диссертацию и автореферат диссертации поступили отзывы от:

1. Твердохлебовой М.Д. (ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», к.э.н.). Отзыв является положительным. В числе достоинств работы отмечено, что: при исследовании комплекса маркетинга компании, оказывающей логистические услуги, в качестве одной из составных частей инструмента «распределение» классического комплекса маркетинга автором введен такой дополнительный элемент, как «интернет-платформа»; предложен подход к группировке целевых потребителей логистических услуг по признакам и типам; разработаны алгоритм выбора вида интернет-платформы для представления и продажи услуг компании и алгоритм выбора специализированного агентства по оказанию услуг управления интернет-маркетингом.

В качестве недостатков работы отмечено, что:

- в качестве объекта исследования заявлены организации-потребители логистических услуг, тогда как автором преимущественно изучается комплекс

маркетинга и маркетинговых коммуникаций организаций, оказывающих логистические услуги;

- теоретической базой для построения модели комплекса маркетинга на рынке логистических услуг послужили некоторые работы авторов, не подтвердившие либо утратившие свою актуальность (модель И.В. Успенского (индекс Хирша РИНЦ = 0), включающая в комплекс маркетинга маркетинговые исследования в качестве одного из инструментов);

- автор не всегда аккуратно относится к использованию научных терминов. Например, «комплекс управления интернет-маркетингом» вместо «комплекса маркетинга» и «управления маркетингом» (стр. 12 автореферата). Рисунок 1 имеет заголовок «Комплекс инструментов интернет-маркетинга на рынке логистических услуг» и представляет собой блок-схему данных инструментов. Однако в качестве одного из блоков внутри схемы в инструменте «продвижение» также выступает «комплекс инструментов интернет-маркетинга», т.е. блок равнозначен всей схеме (стр. 12 автореферата). На рис. 3, представляющем алгоритм выбора агентства по оказанию услуг управления интернет-маркетингом, автор в качестве цели указывает один из способов продвижения, тогда как продвижение – это не цель, а средство достижения (стр. 19 автореферата) и др.

2. Мхитаряна С.В. (ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», д.э.н., профессор). Отзыв является положительным. Рецензентом указывается на высокий уровень теоретической составляющей исследования, заключающийся в развитии понятийного аппарата в области интернет-маркетинга, и практическую значимость, состоящую в расширении принципов функционирования механизма управления интернет-маркетингом на рынке логистических услуг, что способствует снижению расходов на интернет-маркетинг.

В числе недостатков представленных в автореферате положений, отмечено что:

- в исследовании произведено усовершенствование ранее разработанного комплекса управления интернет-маркетингом с учетом современных российских вызовов, однако не указаны методики, используемые на зарубежных онлайн-рынках;

- в работе указано, что в рамках предложенной оценки результативности маркетинговых решений по выбранным видам интернет-платформ разработан комплекс показателей, однако данный перечень не раскрывает значение каждого из показателей.

3. Никитенковой О.В. (ФГБОУ ВО «Смоленский государственный университет», к.э.н., доцент). Отзыв является положительным. В качестве заслуг автора диссертационного исследования отмечены научная новизна работы, состоящая в разработке алгоритма выбора оптимального вида интернет-платформ для взаимодействия с целевыми аудиториями потребителей логистических услуг в условиях постоянного развития интернет-технологий, а также систематизация процесса управления интернет-маркетингом на рынке логистических услуг через включение элемента «интернет-платформа» в инструмент «распределение» классического комплекса маркетинга. Указано, что предложенный комплекс явился своего рода стержнем диссертации, на реализацию которого направлена выполненная работа.

В качестве замечаний рецензентом отмечены следующие моменты:

- работа бы выиграла, если бы был представлен анализ специфики развития интернет-маркетинга в отдельных регионах России;

- было бы целесообразным дать авторское осмысление содержанию цифрового рынка с позиции субъектов, объектов управления, коммерческих связей.

4. Ларина О.Н. (ФГАОУ ВО «Российский университет транспорта», д.техн.н.). Отзыв является положительным. В качестве наиболее значимого результата научного поиска автора рецензенту видится такой пункт новизны как «разработка обобщенной модели управления интернет-маркетингом организаций, действующих на рынке логистических услуг, на основе концептуальной модели управления маркетингом, позволяющей оперативно корректировать управленческие маркетинговые решения в процессе планирования, организации и контроля».

При этом в отзыве присутствуют следующие замечания:

- из автореферата не ясно, используются ли авторские разработки на уровне предприятий различных сфер деятельности либо исключительно на рынке логистических услуг;

- на с. 18 автореферата (см. табл. 3) представлены данные сводного среднесуточного анализа результативности интернет-платформы «Корпоративный сайт» на примерах пяти клиентов агентства. Автор не приводит на основе каких данных показан прирост конверсий, и можно ли предположить, что в 2021 г. рынок логистических услуг будет расти, несмотря на экономический кризис в стране и мире, связанный с форс-мажором COVID-19.

5. Прохоровой В.В. (ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический университет», д.э.н., профессор). Отзыв является положительным. Рецензент подчёркивает, что особый интерес вызывают как методические разработки автора, так и практическая значимость работы, что отражено в результатах анализа структуры интернет-зависимых рынков, выявленных факторах и закономерностях формирования спроса на услуги специализированных агентств в целях сокращения постоянных расходов на содержание штатных интернет-маркетологов и повышения качества использования комплекса интернет-маркетинга.

В качестве замечания обозначено отсутствие выделенных параметров прогнозного фона, отражение которых в работе и их обоснование представило бы данное исследование более полным.

6. Каленской Н.В. (ФГБОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет, д.э.н., профессор). Отзыв является положительным. К числу достоинств работы рецензентом отнесен тот факт, что автором на основе анализа отечественных и иностранных публикаций по теории интернет-маркетинга на рынке логистических услуг выявлены специфические свойства использования интернет-платформ, влияющие на особенности продвижения организаций в цифровой среде.

В качестве замечания указано, что в автореферате недостаточно ясно обозначено, учитывает ли автор предыдущий опыт организации, действующей на рынке логистических услуг, по самостоятельному применению инструментов интернет-маркетинга и полученным результатам деятельности в целом.

В процессе защиты соискателем даны исчерпывающие ответы и необходимые разъяснения на замечания, содержащиеся в полученных отзывах.

В результате публичного рассмотрения и защиты диссертации Жильцова Д.А. на тему «Управление интернет-маркетингом на рынке логистических услуг» диссертационный совет установил, что:

1. Соискатель учёной степени Жильцов Д.А. соответствует установленным требованиям к соискателям учёной степени как лицо, подготовившее диссертацию на соискание ученой степени кандидата наук при освоении программы подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре.

2. Название темы и содержание диссертации соответствуют научной специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг» и отрасли науки - экономические науки, по которым проводится

публичное рассмотрение и защита диссертации в диссертационном совете.

3. Соискатель учёной степени Жильцов Д.А. предложил значимое для науки и практики решение актуальной научной задачи, имеющей важное социально-экономическое значение, по разработке комплекса теоретических положений и практических рекомендаций в сфере управления интернет-маркетингом организаций, действующих на рынке логистических услуг, которые позволяют повышать результативность их (организаций) маркетинговых решений по выбранным видам интернет-платформ в целях создания конкурентных преимуществ в условиях цифровой экономики, а также имеют важное социально-экономическое и хозяйственное значение для развития отрасли транспортно-логистических услуг, ежегодный вклад которой в валовой внутренней продукт Российской Федерации согласно данным Федеральной службы государственной статистики составляет порядка 7%.

4. Соискатель учёной степени Жильцов Д.А. ввел в научный оборот следующие новые научные результаты:

– теоретические: дополнено содержание понятий «интернет-маркетинг», «управление интернет-маркетингом», «интернет-платформа»; предложена группировка потребителей услуг интернет-маркетинга, действующих на рынке логистических услуг, на целевые сегменты по признакам и типам целевой аудитории; преобразован классический комплекс интернет-маркетинга применительно к организациям, действующим на рынке логистических услуг, через включение элемента «интернет-платформа» в инструмент «распределение»;

– методические: предложена методика оценки результативности маркетинговых решений по выбранным видам интернет-платформ при использовании инструментов комплекса интернет-маркетинга, имеющая комплексный характер и обеспечивающая применение инструмента «распределение» в планировании и оптимизации расходов на управление интернет-маркетингом;

– практические: разработан алгоритм выбора специализированного агентства по оказанию услуг управления интернет-маркетингом на рынке логистических услуг, обеспечивающий повышение результативности маркетинговых решений по выбранным видам интернет-платформ за счет снижения расходов на интернет-маркетинг, а также эффективного ресурсообеспечения.

5. Диссертация Жильцова Д.А. на тему «Управление интернет-маркетингом

на рынке логистических услуг» обладает внутренним единством, структура работы имеет четкую логику, в рамках которой раскрываются выявленные автором проблемные положения теории и практики управления интернет-маркетингом на рынке логистических услуг, и далее последовательно формируется доказательная база для обоснования системного авторского подхода по их решению. В частности, теоретико-концептуальные направления развития интернет-маркетинга и его элементов получают свое практическое использование при оценке современного состояния и специфики управления интернет-маркетингом на рынке логистических услуг. На основе полученных результатов представлены авторские прикладные разработки (алгоритм выбора специализированных агентств по оказанию услуг комплексного управления интернет-маркетингом; методика оценки результативности маркетинговых решений в системе управления интернет-маркетингом на рынке логистических услуг).

Грамотное изложение и аргументированность основных выводов, положений и рекомендаций, сформулированная цель исследования, а также задачи, направленные на ее достижение, актуальны, логичны и обладают научной значимостью. Диссертация характеризуется научной, методологической и практической новизной, представляет собой логически завершенное научное исследование.

6. Обоснованность положений и выводов диссертации «Управление интернет-маркетингом на рынке логистических услуг» подтверждена следующими аргументами:

- материалы диссертации используются в практической деятельности Министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края для увеличения турпотока и популяризации курортов Краснодарского края в интернет-пространстве;

- алгоритм выбора интернет-агентств по оказанию услуг комплексного управления интернет-маркетингом с высокой степенью эффективности применен в ООО «Вакуум-упаковочные системы» для оптимизации процесса взаимодействия с региональной клиентской сетью на высококонкурентном рынке логистических услуг;

- план маркетинговых мероприятий по интернет-продвижению логистических услуг российских организаций в сети Интернет был использован в практической деятельности ООО «Агентство интернет-маркетинга Про Инет» при реализации программы SEO-продвижения, имеющей прикладное значение для

оптимизации управления маркетинговыми коммуникациями.

Достоверность результатов, полученных Жильцовым Д.А. обусловлена:

- сопоставимостью авторских подходов и положений, разработанных ранее по вопросам управления интернет-маркетингом, а также использованием в исследовании базовых моделей маркетинга, изложенных в работах зарубежных (Г. Армстронга, Дж. Битнера, Б. Бумса, Ф. Котлера, Э.Дж. Маккарти), а также отечественных ученых (Л.А. Данченко, М.Л. Кричевского, А.В. Короткова, С.В. Мхитаряна), в том числе, представителей Финансового университета (С.В. Карповой, С.В. Земляк);

- использованием при разработке авторского подхода к классификации целевых сегментов потребителей логистических услуг по признакам и типам обобщенного передового опыта, изложенного в трудах Н.А. Адамова, Б.А. Аникина, В.В. Бобылева, А.Н. Брынцева, А.М. Гаджинского, В.И. Моргунова, Ю.М. Неруша, И.О. Проценко, И.С. Степанова, В.А. Шумаева, И.А. Меркулиной, И.М. Синяевой;

- использованием современных, релевантных методик сбора и обработки исходной информации, путем применения методов анкетного опроса (с использованием инструментов Google Forms и Survio) и структурированного интервью с целью измерения результативности маркетинговых решений, а также метода экспертных оценок для определения конкурентоспособности сайта потенциального исполнителя;

- адекватной статистической обработкой эмпирических данных; оценкой достоверности средних величин путем использования статистических данных из открытых источников, в т.ч. сервисов Яндекс.Метрика и Google Analytics при обосновании комплекса оценки результативности маркетинговых решений по выбранным видам интернет-платформ для оптимизации расходов на управление интернет-маркетингом.

7. Результаты диссертации Жильцова Д.А. нашли практическое применение:

- в деятельности Министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края, в частности, применяется предложенная методика оценки конкурентоспособности сайта, направленная на совершенствование коммуникативной политики и формирование комплексного управления интернет-маркетингом для решения приоритетных задач по увеличению турпотока и популяризации курортов Краснодарского края в интернет-пространстве;

- в ООО «Вакуум-упаковочные системы» принят к практическому использованию алгоритм выбора интернет-агентств по оказанию услуг комплексного управления интернет-маркетингом (по SEO-, SEA-продвижению и контекстной рекламе), что позволило сэкономить трудовые и материальные ресурсы (по итогам 2016 – 2019 гг.);

- в практической деятельности ООО «Агентство интернет-маркетинга Про Инет», где внедрен план маркетинговых мероприятий по интернет-продвижению логистических услуг российских организаций в сети Интернет, что позволило в исследуемом периоде сократить расходы на контекстную рекламу и одновременно увеличить объем реализации услуг по интернет-продвижению более чем на 10%.

Материалы диссертационного исследования используются в учебном процессе учебно-научных подразделений Финансового университета в преподавании дисциплин «Маркетинг», «Интернет-маркетинг», «Стратегический маркетинг», «Интегрированные маркетинговые коммуникации», а также в учебном процессе кафедры «Менеджмент и маркетинг» Смоленского филиала Финансового университета в преподавании дисциплин «Интернет-маркетинг» и «Интернет-маркетинг (продвинутый курс)».

8. Диссертация содержит сведения о личном вкладе Жильцова Д.А. в науку, который выразился в:

- непосредственном участии соискателя в получении исходных данных, определяющих концептуальные основы управления интернет-маркетингом организаций, действующих на рынке логистических услуг, и проведении научных экспериментов, связанных с повышением результативности маркетинговых решений, которые используются на выбранных видах интернет-платформ;

- непосредственном участии автора диссертации на всех этапах процесса исследования (проведение опросов для уточнения данных онлайн-анкетирования по выявлению запросов и предпочтений потребителей, обобщение и интерпретация результатов) с целью определения динамики развития российского интернет-рынка и специфики формирования рынка логистических услуг в российском Интернете;

- сборе, обработке и интерпретации эмпирических данных, полученных лично автором при выборе специализированных агентств по оказанию услуг комплексного управления интернет-маркетингом, применении инструментов интернет-маркетинга на рынке логистических услуг, проведении оценки результативности маркетинговых решений на выбранных видах интернет-платформ;

- личном участии автора диссертации в апробации результатов исследования в органах исполнительной власти и организациях различных форм собственности, в частности, в Министерстве курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края, ООО «Вакуум-упаковочные системы» и ООО «Агентство интернет-маркетинга Про Инет»;

- подготовке основных публикаций по выполненной работе.

9. Все материалы или отдельные результаты, заимствованные Жильцовым Д.А. из чужих текстов (работ), оформлены в тексте диссертации надлежащим образом с указанием источника заимствования.

Диссертационный совет отмечает, что соискателем учёной степени Жильцовым Д.А. лично получены следующие результаты:

- модифицирован комплекс управления интернет-маркетингом на рынке логистических услуг путем включения элемента «интернет-платформа» в инструмент «распределение» классического комплекса маркетинга (товар, цена, распределение, продвижение), что позволяет организациям, действующим на рынке логистических услуг, систематизировать процесс управления интернет-маркетингом и фокусироваться на удовлетворении потребностей целевых сегментов (с. 25–33);

- обоснованы принципиально новые положения в части группировки потребителей услуг интернет-маркетинга, действующих на рынке логистических услуг, путем деления на сегменты по признакам и типам целевой аудитории, что дает возможность выбрать соответствующие виды интернет-платформ в зависимости от результативности маркетингового канала распределения. Данный подход обеспечивает передачу функций управления интернет-маркетингом специализированным агентствам, сокращая постоянные расходы на содержание штатных интернет-маркетологов и повышая качество использования инструмента «распределение» в комплексе интернет-маркетинга (с. 56–58; 67–69);

- разработан алгоритм выбора специализированного агентства, оказывающего услуги управления интернет-маркетингом на рынке логистических услуг, обеспечивающий повышение результативности маркетинговых решений по выбранным видам интернет-платформ. Данный алгоритм способствует снижению расходов на интернет-маркетинг за счет сокращения выявленных объемов временных, трудовых и материальных ресурсов, необходимых для перехода от традиционного комплекса интернет-маркетинга к передаче функций

распределения услуг через интернет-платформу специализированным агентствам (с. 89–91; 123–125);

- предложен комплекс оценки результативности маркетинговых решений по выбранным видам интернет-платформ, включающий подготовку к разработке интернет-платформы, мотивацию сотрудников и аутсорсеров, планирование, организацию и разработку интернет-платформы, привлечение конверсионного поискового и рекламного трафика, контроль результатов функционирования интернет-платформ. Комплекс позволяет своевременно скорректировать применение инструмента «распределение» в планировании и оптимизации расходов на управление интернет-маркетингом (с. 140–145).

Оценка качества описания степени изученности организационно-управленческих отношений, формирующихся в процессе управления интернет-маркетингом организаций, действующих на рынке логистических услуг, в условиях цифровой экономики, позволяет установить осведомленность Жильцова Д.А. о достижениях ученых Финансового университета по соответствующей тематике исследования.

10. Основные научные результаты диссертации опубликованы в пяти работах в рецензируемых научных изданиях, определенных ВАК при Минобрнауки России.

11. Соискатель учёной степени Жильцов Д.А. в ходе работы над диссертацией и её публичной защиты показал себя как добросовестный, ответственный и грамотный исследователь, учёный, способный к самостоятельному сбору, обработке, анализу информации, интерпретации полученных по результатам исследования данных, аргументированному отстаиванию своей точки зрения по исследуемым проблемам.

Жильцов Д.А. проявил высокий уровень теоретических знаний по научной специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг (экономические науки), в соответствии с темой диссертации; овладел принципами, логикой и методологией научного познания, применяемыми в исследованиях по проблематике интернет-маркетинга; продемонстрировал умение сжато, логично и аргументировано излагать результаты проведённого самостоятельного исследования; показал соответствие квалификационным требованиям к дальнейшей научной деятельности и решению новых научных задач в области маркетинга, а также любой актуальной научной задачи, возникающей в соответствующей отрасли науки, под руководством научного руководителя.

На заседании 27 января 2021 года диссертационный совет Финансового университета Д 505.001.104 принял решение присудить Жильцову Денису Анатольевичу учёную степень кандидата экономических наук.

При проведении открытого голосования ¹ диссертационный совет Финансового университета Д 505.001.104 в количестве 11 человек, из них 6 докторов наук по профилю (специализации) научной специальности рассматриваемой диссертации, участвовавших в заседании, из 11 человек, входящих в состав совета, проголосовали: за присуждение учёной степени – 11, против присуждения учёной степени – нет, воздержались – нет.

Председатель диссертационного совета
Финансового университета Д 505.001.104,
доктор экономических наук, профессор



Т.П. Розанова

Учёный секретарь диссертационного совета
Финансового университета Д 505.001.104,
доктор экономических наук, доцент



А.А. Чуб

27.01.2021

¹ В соответствии с приказом Финуниверситета от 13.10.2020 № 0055/а «Об утверждении Порядка проведения заседаний диссертационных советов Финансового университета в удаленном интерактивном режиме в период ограничительных мер».