

ОТЗЫВ

На автореферат диссертации Жильцова Д.А. на тему: «Управление интернет-маркетингом на рынке логистических услуг»,
представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности
08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг

Диссертационная работа Жильцова Д.А. посвящена вопросам управления интернет-маркетингом на рынке компаний, оказывающих логистические услуги. Актуальность работы обусловлена увеличивающейся важностью представленности компаний в интернет-среде, в т.ч. и на B2B рынке.

В работе, судя по автореферату, исследован комплекс маркетинга компании, оказывающей логистические услуги, добавлено определение элемента «интернет-платформа», как одной из составных частей инструмента «распределение». Разработана группировка целевых потребителей логистических услуг по признакам и типам. Представлены алгоритм выбора вида интернет-платформы для представления и продажи услуг компании и алгоритм выбора специализированного агентства по оказанию услуг управления интернет-маркетингом.

Следует отметить, что работа носит ярко выраженный практический характер, отдельные ее положения были апробированы как несколькими логистическими компаниями, так и Министерством курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края, что свидетельствует о высокой практической ценности представленных рекомендаций. По теме диссертации автором опубликовано 17 работ общим объемом 7,03 п.л.

В качестве замечаний по автореферату диссертационного исследования Жильцова Д.А. следует отметить следующее:

1. В качестве объекта исследования заявлены организации-потребители логистических услуг, тогда как автором преимущественно изучается комплекс маркетинга и маркетинговых коммуникаций организаций, оказывающих логистические услуги.
2. 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)
3. 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.

4. Алгоритм выбора вида интернет-платформы, выносимый автором на защиту, не включает экономические показатели в качестве одного из критериев оценки. Алгоритм выбора специализированного агентства по оказанию услуг управления интернет-маркетингом обозначает «бюджет», как один из критериев выбора, но при этом остаются за скобками веса предложенных критериев. Так, например, неясно, что будет более важно: низкий бюджет, или хорошие рекомендации. И т.п.

Несмотря на указанные недостатки, считаем, что работа соответствует требованиям ВАК к кандидатским диссертациям по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг, а ее автор, Жильцов Денис Анатольевич, достоин присуждения ему ученой степени «кандидат экономических наук».

Твердохлебова Мария Дмитриевна,
К.э.н., доцент кафедры маркетинга
ФГБОУ ВО «РЭУ им.Г.В.Плеханова
Москва. 115054, Стремянный переулок, 36,
Аудитория 529ю
kafimarketing@rea.ru

05.11.2020.

