

ОТЗЫВ

члена диссертационного совета Финансового университета Д 505.001.104, д.э.н., профессора Данченко Ларисы Александровны (профиль научной специальности «Развитие элементов комплекса маркетинга») на диссертацию

Жильцова Дениса Анатольевича на тему «Управление интернет-маркетингом на рынке логистических услуг», представленную на соискание учёной степени кандидата наук по научной специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (профиль «Развитие элементов комплекса маркетинга»)

Жильцов Д.А. представил диссертацию на тему: «Управление интернет-маркетингом на рынке логистических услуг» на соискание ученой степени кандидата наук к публичному рассмотрению и защите по научной специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг (экономические науки)».

Содержание диссертации полностью соответствует паспорту научной специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг» (п. 9.16. «Стратегии и методы построения маркетинговых каналов распределения товаров», п. 9.20 «Развитие виртуальных рынков, маркетинговые технологии в организации электронной торговли и продвижении товаров и услуг в сети Интернет»).

Полагаю возможным *допустить соискателя ученой степени Жильцова Д.А. к защите диссертации.*

Отмечаю, что:

1) соискатель учёной степени предложил *значимое для науки и практики решение актуальной научной задачи*, имеющей важное социально-экономическое и хозяйственное значение – разработка теоретических положений и практических рекомендаций по управлению интернет-маркетингом организаций, действующих на рынке логистических услуг, что позволит повысить результативность маркетинговых решений в современных условиях цифровой экономики на основе адаптированных интернет-платформ.

2) соискатель учёной степени Жильцов Д.А. ввел в научный оборот следующие *новые научные результаты*:

- *теоретические: способствующие развитию теоретико-методологических основ интернет - маркетинга*

- усовершенствован комплекс управления интернет-маркетингом на рынке логистических услуг через включение элемента «интернет-платформа» в инструмент «распределение» классического комплекса маркетинга (товар, цена, распределение, продвижение);
- предложена группировка потребителей услуг интернет-маркетинга, действующих на рынке логистических услуг, на целевые сегменты по признакам и типам целевой аудитории;

- *практические рекомендации по управлению процессом интернет-маркетинга компаний на рынке логистических услуг:*

- обоснован алгоритм выбора специализированного агентства по оказанию услуг управления интернет-маркетингом на рынке логистических услуг, обеспечивающий повышение результативности маркетинговых решений по выбранным видам интернет-платформ;
- разработан комплекс оценки результативности маркетинговых решений по выбранным видам интернет-платформ при использовании инструментов комплекса интернет-маркетинга, способствующий оптимизации процессов планирования услуг и расходов на управление интернет-маркетингом;

3) диссертация «Управление интернет-маркетингом на рынке логистических услуг» обладает внутренним единством, *структура работы* имеет четкую логику, раскрывающую положения, последовательно формирующие доказательную базу для обоснования системного авторского подхода к реализации цели работы. Теоретико-концептуальные направления формирования и развития интернет-маркетинга, его элементов (глава 1 диссертации) получают свое практическое использование в исследовании современного состояния и специфики управления интернет-маркетингом на рынке логистических услуг (глава 2). На основе полученных результатов исследования в главе 3 логически 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 и другие).

Как любое многозадачное и глубокое исследование диссертационная работа не лишена отдельных недостатков. Так, при разработке обобщенной модели управления интернет-маркетингом организаций, действующих на рынке логистических услуг, недостаточно обоснован выбор модели управления маркетингом и практически не видна специфика организации процесса управления именно для компании на рынке логистических услуг. Также элементы модели носят излишне обобщенный характер, возможно, их детализация могла бы показать отраслевую и функциональную специфику управления, особенно на уровне управления основными процессами (стр. 31-34).

В комплексной и убедительной в целом аргументации по обоснованию передачи функций интернет-маркетинга внешним агентствам (разделы 1.3, 2.3, 3.2) отсутствуют предложения по преодолению важных проблем работы с агентствами: поддержание актуальности информации при высокой скорости изменений бизнес-среды, а также необходимость персонификации работы с клиентами на рынке B2B (формирование индивидуальных условий).

Глубокое исследование интернет-продвижения собственно логистических услуг (главы 2-3) необходимо было бы дополнить анализом возможностей коллаборации с интернет-маркетингом электронных розничных

магазинов, которые в настоящий момент активно предлагают услуги логистических компаний розничным покупателям.

В целом, указанные замечания носят рекомендательный характер и, в целом, не снижают общей высокой ценности работы.

4) *обоснованность положений и выводов* диссертации соискателя ученой степени Д.А. Жильцова основывается на использовании в достижении личных теоретических научных результатов положений и выводов исследований ведущих отечественных и зарубежных ученых и практиков в области повышения эффективности управления инструментами комплекса маркетинга, информационных технологий и продвижения товаров и услуг в сети Интернет, интернет-технологий и интернет-маркетинга на рынке логистических услуг. Теоретические положения работы позволяют сформировать доказательную базу для обоснования системного авторского подхода к реализации цели работы.

Достоверность результатов, полученных Д.А. Жильцовым обусловлена научной обоснованностью и непротиворечивостью теоретико-методических позиций, использованием данных, полученных из официальных источников. Соискателем профессионально использованы адекватные изучаемым явлениям общенаучные и специальные методы исследования, современные методики сбора и обработки информации, включая статистические (экономико-математические методы, методы маркетинговых исследований, сравнительный анализ, методы анкетного опроса (с использованием инструментов Google Forms и Survio), интервьюирования, экспертных оценок и другие);

5) результаты диссертации соискателя ученой степени Д.А. Жильцова нашли *практическое применение* в деятельности:

- Министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края (методика оценки конкурентоспособности сайта в части совершенствования коммуникативной политики и формирования комплекса инструментов управления интернет-маркетингом);
- ООО «Вакуум-упаковочные системы» (выбор интернет-агентств по оказанию услуг комплексного управления интернет-маркетингом по SEO-, SEA- продвижению и контекстной рекламе);
- ООО «Агентство интернет-маркетинга «Про Инет» (план маркетинговых мероприятий при интернет-продвижении логистических услуг российских организаций в сети Интернет);
- Департамента менеджмента Финансового университета и на кафедре «Менеджмент и маркетинг» Смоленского филиала Финансового университета (в учебном процессе).

Апробация и внедрение результатов подтверждены соответствующими документами.

б) диссертация содержит сведения о *личном вкладе* Д.А. Жильцова в науку, который выразился в планировании цели, задач, формулировании темы, предмета исследования, анализе и обобщении информации по теме диссертации в доступном научном обороте, планировании и проведении сбора

расчетных данных, их обработке, апробации и внедрении результатов диссертации. Автор показал владение необходимыми теоретическими знаниями по научной специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг» в соответствии с темой диссертации, в частности, в области управления инструментами комплекса маркетинга, информационных технологий и продвижения товаров и услуг в сети Интернет, интернет-маркетинга на рынке логистических услуг; овладел принципами, логикой и методологией научного познания; продемонстрировал умение аргументированно излагать материал; доказал наличие квалификационных способностей к дальнейшей научной деятельности в решении новых научных задач в области маркетинга. Доказано непосредственное участие соискателя на всех этапах процесса исследования, а также в подготовке основных публикаций по выполненной работе.

7) все материалы или отдельные результаты, заимствованные соискателем ученой степени Д.А. Жильцовым из чужих текстов (работ), *оформлены* в тексте диссертации надлежащим образом с указанием источника заимствования.

Соискатель ученой степени Д.А. Жильцов указал, что *лично им получены следующие результаты:*

- усовершенствован комплекс управления интернет-маркетингом на рынке логистических услуг через включение 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;
- предложена группировка потребителей услуг интернет-маркетинга, действующих на рынке логистических услуг, на целевые 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» услуг в комплексе интернет-маркетинга;
- обоснован алгоритм выбора специализированного агентства по оказанию услуг 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 агентства;


- Разработан комплекс оценки результативности маркетинговых решений по выбранным видам интернет-платформ при использовании инструментов комплекса интернет-маркетинга. Комплекс позволяет своевременно скорректировать применение инструмента «распределение» услуг в планировании и оптимизации расходов на управление интернет-маркетингом.

8) основные научные результаты диссертации опубликованы в рецензируемых научных изданиях в 17 печатных работах, 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.

9) соискатель ученой степени Жильцов Д.А. в ходе работы над диссертацией и подготовки к публичной защите проявил себя как целеустремленный и трудолюбивый исследователь, овладевший логикой и методологией научного познания, готовый к самостоятельной результативной научной работе.

Вышеизложенное позволяет утверждать, что представленная к защите диссертация:

- соответствует заявленной научной специальности и может быть допущена к защите;
- соответствует установленным критериям и требованиям.

 (личная подпись)

Данченко Лариса Александровна

доктор экономических наук, профессор, 20.12.2020

