

## ОТЗЫВ

члена диссертационного совета Финансового университета Д 505.001.104, д.э.н., профессора **Меркулиной Ирины Анатольевны** (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 учёной степени кандидата экономических наук к публичному рассмотрению и защите по научной специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (профиль «Развитие элементов комплекса маркетинга»).

Содержание диссертации полностью соответствует 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» Паспорта научной специальности 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг (экономические науки).

Полагаю возможным допустить соискателя учёной степени к защите диссертации.

Отмечаю, что:

1) Соискатель учёной степени Жильцов Д.А. предложил значимые для науки и практики научные положения о возможности систематизации процесса управления интернет-маркетингом и фокусировке на удовлетворении потребностей целевых сегментов за счет включения элемента «интернет-платформа» в инструмент «распределение» классического комплекса маркетинга (товар, цена, распределение, продвижение), что является существенным научным достижением в экономической отрасли науки, дополняющим новыми знаниями комплексе управления интернет-

маркетингом на рынке логистических услуг, что позволяет организациям действующим на рынке логистических услуг повысить эффективность своей деятельности (с. 25-33);

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

– конкретизирована 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 (с. 56–58; 67–69);

– дополнен 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 агентствам (с. 89–91; 123–125);

– преобразован 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 (с. 140–145);



3) диссертация «Управление интернет-маркетингом на рынке логистических услуг» обладает внутренним единством основанном на использовании общенаучных методов теоретического и эмпирического познания: экономико-математических методах, маркетинговых исследованиях, анализе и синтезе, сравнительном анализе, систематизации, аналогии, формализации, системном подходе, использовании статистических данных из открытых источников (в т.ч. с использованием сервисов Яндекс.Метрика и Google Analytics), методов анкетного опроса (с использованием инструментов Google Forms и Survio), интервьюирования, экспертных оценок.

4) обоснованность положений и выводов диссертации «Управление интернет-маркетингом на рынке логистических услуг» подтверждена следующими аргументами: систематизация процесса управления интернет-маркетингом с фокусировкой на удовлетворении потребностей целевых сегментов развивает научные знания в сфере формирования комплекса управления интернет-маркетингом на рынке логистических услуг через включение элемента «интернет-платформа» в инструмент «распределение» классического комплекса маркетинга (товар, цена, распределение, продвижение); передача функций управления интернет-маркетингом специализированным агентствам развивает экономику организации в части сокращения постоянных расходов на содержание штатных интернет-маркетологов и повышает качество использования инструмента «распределение» услуг в комплексе интернет-маркетинга; алгоритм выбора специализированного агентства по оказанию услуг управления интернет-маркетингом на рынке логистических услуг развивает показатели повышения результативности маркетинговых решений по выбранным видам интернет-платформ; комплекс оценки результативности маркетинговых решений по выбранным видам интернет-платформ при использовании инструментов комплекса интернет-маркетинга направлен на оптимизацию расходов на управление интернет-маркетингом;

5) Обоснованность положений и выводов диссертации «Управление интернет-маркетингом на рынке логистических услуг» подтверждена следующими аргументами: вынесенные на защиту положения научной новизны можно интерпретировать как дальнейшее развитие теории и практики маркетинга в условиях продолжающегося развития интеграционных процессов и цифровизации.

Достоверность выносимых на защиту положений и результатов исследования опирается на выверенную логику исследования, использование надежных методов и алгоритмов решения исходных задач, достоверность исходных данных и подтверждается использованием результатов в практической деятельности.

Самостоятельную практическую значимость имеют разработанная автором методика оценки конкурентоспособности сайта в части совершенствования коммуникативной политики и формирования комплекса инструментов управления интернет-маркетингом для решения приоритетных задач по увеличению турпотока и для популяризации курортов Краснодарского края в интернет-пространстве путем использования перспективных и интенсивно развивающихся технологий интернет-маркетинга; алгоритм выбора интернет-агентств по оказанию услуг комплексного управления интернет-маркетингом (по SEO-, SEA-продвижению и контекстной рекламе), который использовался в ООО «Вакуум-упаковочные системы», что позволило сэкономить трудовые и материальные ресурсы (по итогам 2016 – 2019 гг.); план маркетинговых мероприятий при интернет-продвижении логистических услуг российских организаций в сети Интернет, применение которого позволило сократить расходы на контекстную рекламу и одновременно увеличить объем реализации услуг по интернет-продвижению в 2016 – 2019 гг.; программа SEO-продвижения, внедрение которой позволило решить прикладные вопросы, связанные с совершенствованием управления маркетинговыми коммуникациями логистических организаций на российском рынке.



Материалы диссертации находят применение в преподавании учебных дисциплин «Стратегический маркетинг», «Интегрированные маркетинговые коммуникации», «Маркетинг», «Интернет-маркетинг» Департамента логистики и маркетинга Финансового университета. Авторские разработки подтверждены внедрением и практическим применением результатов исследования.

Диссертация содержит сведения о личном вкладе Жильцова Дениса Анатольевича, который выразился в четкой формулировке актуальности темы исследования, степени научной разработанности темы исследования; установлении объекта исследования, предмета исследования, области исследования, целей и задач исследования; разработке теоретической основы диссертационного исследования; определении информационной базы исследования; обосновании научной новизны исследования и положений, выносимых на защиту, теоретической и практической значимости исследования, степени достоверности и апробации результатов исследования.

6) Материалы, заимствованные и использованные Жильцовым Денисом Анатольевичем, из чужих текстов, но принадлежащие другим авторам, оформлены в тексте диссертации надлежащим образом с указанием источников заимствования.

7) Результаты исследования опубликованы в 17 научных 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.) опубликованы в рецензируемых научных изданиях, определенных ВАК при Минобрнауки России.

Соискатель учёной степени Жильцов Денис Анатольевич в ходе работы над диссертацией и подготовки к публичной защите показал себя как квалифицированный исследователь, способный четко поставить и разработать научную задачу, детально рассмотреть вопросы становления организационно-управленческих отношений, формирующихся в процессе управления интернет-маркетингом организаций, действующих на рынке логистических услуг, в

условиях цифровой экономики (предмет исследования). Автор продемонстрировал все необходимые профессиональные умения и навыки, позволившие ему изучить потребителей логистических услуг (организации, действующие в интернете, для которых данные услуги являются основными и дополнительными), взаимодействующих в интернет-среде.

8) Заявленная автором научная новизна исследования связана с разработкой комплекса теоретических положений и практических рекомендаций по управлению интернет-маркетингом организаций, действующих на рынке логистических услуг, позволяющих повышать результативность маркетинговых решений по выбранным видам интернет-платформ в целях создания конкурентных преимуществ в современных условиях цифровой экономики.

1) В качестве предложений автору рекомендуется более четко описать практическое применение группировки целевых сегментов потребителей логистических услуг по признакам и типам целевой аудитории (стр. 55-56 диссертации, стр. 15 автореферата).

2) Этапы оценки системы управления интернет-маркетингом (стр. 140-141) связать с общей маркетинговой стратегией организации.

Исходя из изложенного, полагаю, что представленная к защите диссертация соответствует заявленной научной специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (профиль «Развитие элементов комплекса маркетинга») и может быть допущена к защите.

---

Доктор экономических наук, профессор

Меркулина Ирина Анатольевна

«18» декабря 2020 г.

1  
два

2

« 18 » декабря 2020 г.