

ОТЗЫВ

члена диссертационного совета Финансового университета Д 505.001.104,
д.э.н., доцента **Ойнер Ольги Константиновны** (профиль научной специальности «Управление маркетинговой деятельностью») 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»)

Представленная диссертация соответствует паспорту научной специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг»: пункты 9.16. «Стратегии и методы построения маркетинговых каналов распределения товаров» и 9.20 «Развитие виртуальных рынков, маркетинговые технологии в организации электронной торговли и продвижении товаров и услуг в сети интернет».

Считаю, что возможным допустить соискателя учёной степени к защите диссертации.

1) Отмечаю, что: соискатель учёной степени Жильцов Д.А. предложил значимое для науки и практики решение, которое заключается в разработке теоретических положений и практических рекомендаций по управлению инструментами комплекса интернет-маркетинга организаций, действующих на рынке логистических услуг.

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

- теоретические:
 - разработана классификация потребителей услуг интернет-маркетинга, действующих на рынке логистических услуг по различным признакам и типам целевой аудитории, что дает возможность выбрать соответствующие виды интернет-платформ в зависимости от результативности маркетингового канала;
 - обоснован комплексный подход к оценке результативности маркетинговых решений по выбранным видам интернет-платформ при использовании инструментов комплекса интернет-маркетинга; динамический принцип согласованности маркетинговых и социально-экономических процессов;
- практические:
 - предложен алгоритм выбора специализированного агентства по оказанию услуг управления интернет-маркетингом на рынке логистических услуг, обеспечивающий повышение

результативности маркетинговых решений по выбранным видам интернет-платформ.

3) диссертация «Управление интернет-маркетингом на рынке логистических услуг» обладает внутренним единством: логична по своей структуре, последовательна в решении поставленных задач.

4) обоснованность положений и выводов диссертации «Управление интернет-маркетингом на рынке логистических услуг» подтверждена следующими аргументами.

- Теоретические положения диссертации в части анализа понятийно – категориального аппарата определены на основе опубликованных ранее академических работ:
 - выбор модели «4Р» в качестве комплекса маркетинга, наиболее эффективно работающего на рынке логистических услуг обоснован и опирается на работы Дж. Битне, Н. Бордена, Б. Бумса, Э. Дж. Маккартни, Р. Уилсона и др.
 - определение маркетинговой категории «интернет-маркетинг» обосновано использованием базовых положений маркетинга, изложенных в работах зарубежных и отечественных исследователей (Ф. Котлер, специалисты Британского Института прямого и цифрового маркетинга, Успенский И.В., Синяева И.М и др.);
 - Всего в теоретическом анализе использовано более 50 работ.
- Практические результаты работы, в том числе разработанный автором разработаны с использованием современных и релевантных методов сбора и анализа информации – сбор и анализ статистических данных, проведение опросов представителей организаций, являющихся активными участниками рынка логистических услуг, анализе данных онлайн-статистики сервисов «Яндекс.Метрика» и «Google Analytics».

5) результаты диссертации Жильцова Д.А. нашли практическое применение в деятельности в практической деятельности в практической деятельности Министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края 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. Ряд разработанных внедрены в ООО «Вакуум-упаковочные системы», в том числе алгоритм выбора интернет-агентств по оказанию услуг комплексного управления интернет-маркетингом (по SEO-, SEA- продвижению и контекстной рекламе).

6) диссертация содержит сведения о личном вкладе Жильцова Д.А. в науку, который выразился в самостоятельном определении цели и задач

работы, проявлены необходимые системные общие теоретические знания по специальности 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством (маркетинг). Овладев методами кабинетных и полевых маркетинговых исследований, соискатель продемонстрировал наличие квалификационных способностей к дальнейшей научной деятельности в решении новых научных задач территориального маркетинга.

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

8) Соискатель учёной степени Жильцов Д.А. указал, что им лично получены все научные результаты, выдвигаемые на защиту. Основные научные результаты диссертации опубликованы в рецензируемых научных изданиях в 17-ти 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 учёной степени Жильцов Д.А. в ходе работы над диссертацией показал себя как как квалифицированный специалист, способный самостоятельно решать достаточно сложные научные задачи.

10) Учитывая широкий круг теоретико-методических и практических проблем, поднятых в диссертации Жильцов Д.А. и подтверждая полученные результаты, *необходимо отметить некоторые положения, требующие уточнения и развертывания научной дискуссии:*

- Один из научных результатов, выносимых на защиту, автор формулирует следующим образом: «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 (с. 25–33)». Представляется, что комплекс управления невозможно усовершенствовать, поскольку действия по управлению в диссертации не производятся. Его можно только теоретически обосновать.
- Представляется, что «интернет-платформа» - это не функция и не элемент комплекса маркетинга, а канал распределения.
- Один из научных результатов, выносимых на защиту, автор формулирует следующим образом: «Предложена группировка

потребителей услуг интернет-маркетинга, действующих на рынке логистических услуг, на целевые сегменты по признакам и типам целевой аудитории» - есть признаки, а есть делимые понятия. Тип целевой аудитории - может быть признаком, а может быть результатом деления.

Исходя из изложенного, полагаю, что представленная к защите диссертация:

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

Доктор экономических наук, доцент
Ойнер Ольга Константиновна,
«20» декабря 2020 г.

 

  2020 г.