

## ОТЗЫВ

члена диссертационного совета Финансового университета Д 505.001.104, д.э.н., доцента Фирсовой Ирины Анатольевны (профиль научной специальности «Управление маркетингом») 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 Денис Анатольевич представил диссертацию 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»)

Содержание диссертации полностью соответствует пунктам 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» 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 Денис Анатольевич предложил значимое для науки и практики решение актуальной научной задачи по совершенствованию процесса управления интернет-маркетингом организаций, действующих на рынке логистических услуг, обосновал теоретические положения перехода от традиционного комплекса маркетинга к современным инструментам комплекса интернет-маркетинга для взаимодействия с целевой аудиторией на выбранных интернет-платформах. разработал практические рекомендации по управлению инструментами комплекса интернет-маркетинга организаций, действующих на рынке логистических услуг

2) Соискатель учёной степени Жильцов Денис Анатольевич ввел в научный оборот следующие новые научные результаты.

Теоретические:

- обоснованы теоретические положения перехода от традиционного комплекса маркетинга к современным инструментам комплекса интернет-маркетинга для взаимодействия с целевой аудиторией на выбранных интернет-платформах; раскрыты виды интернет-платформ в зависимости от специфических характеристик с описанием их особенностей и инструментов интернет-маркетинга и обосновано совершенствование процесса управления интернет-маркетингом организаций на рынке логистических услуг через включение в процесс «распределение» классического комплекса маркетинга элемента «интернет-платформа», что позволяет достичь более высоких результатов коммерческой деятельности (стр. 25-33);

- сгруппированы потребители услуг интернет-маркетинга, действующих на рынке логистических услуг, и расширена классификация по признакам и типам целевой аудитории, что позволяет выбрать соответствующие виды интернет-платформ в зависимости от результативности маркетингового канала распределения. (56-58);

- предложен подход построения рейтинга интернет-платформ, обеспечивающий передачу функций управления интернет-маркетингом специализированным агентствам на аутсорсинг, оптимизируя постоянные расходы на содержание штатных интернет-маркетологов и повышая качество использования инструмента «распределение» услуг в комплексе интернет-маркетинга (с. 67–69);

Практические:

- разработан и обоснован алгоритм выбора специализированного агентства по оказанию услуг управления интернет-маркетингом на рынке логистических услуг, который способствует повышению результативности маркетинговых решений по выбранным видам интернет-платформ 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);

- разработан комплекс этапов оценки 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 и специализированных методов познания: экономико-математические методы, маркетинговые исследования, анализ и синтез, сравнительный анализ, систематизация, аналогия, формализация, системный подход, использование статистических данных из открытых источников (в т.ч. с использованием сервисов Яндекс.Метрика и Google Analytics); методы анкетного опроса (с использованием инструментов Google Forms и Survio), интервьюирования, экспертных оценок.

4) Предложенные автором в рамках диссертационного исследования рекомендации развитию классической маркетинговой концепции «4P» в условиях активного формирования цифровой экономики в части элемента «распределение» могут быть использованы для последующего теоретического изучения вопросов управления интернет-маркетингом на рынке логистических услуг.

Теоретико-методологические положения работы могут быть применены при подготовке учебных программ по направлению управления маркетингом и интернет-маркетингом, маркетинговыми коммуникациями, теории управления и торговли.

Практическая значимость проведенного исследования заключается в том, что его основные выводы и положения могут быть внедрены на практике российскими организациями, действующими на рынке логистических услуг. Их использование на практике дает возможность сформировать конкурентные преимущества и повысить социальную значимость коммерческих организаций, выводя их из теневой экономики страны и повышая репутацию в интернете, тем самым гармонизируя экономико-правовые отношения на рынке логистических услуг.

Материалы диссертации использованы:

- в ООО «Вакуум-упаковочные системы» - алгоритм выбора интернет-агентств по оказанию услуг комплексного управления интернет-маркетингом (по SEO-, SEAпродвижению и контекстной рекламе), который способствовал усовершенствованию процесса взаимодействия с широкой региональной клиентской сетью на высококонкурентном рынке логистических услуг, что позволило сэкономить трудовые и материальные ресурсы (по итогам 2016 – 2019 гг.);

- в ООО «Агентство интернет-маркетинга Про Инет» - план маркетинговых мероприятий при интернет-продвижении логистических услуг российских организаций в сети Интернет, что позволило сократить расходы на контекстную рекламу и одновременно увеличить объем реализации услуг по интернет-продвижению в 2016 – 2019 гг.

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

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 классической маркетинговой концепции «4P» в условиях активного формирования цифровой экономики в части элемента «распределение».

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

Самостоятельную практическую значимость имеют:

- разработанный алгоритм выбора специализированного агентства по оказанию услуг управления интернет-маркетингом на рынке логистических услуг, который способствует повышению результативности маркетинговых решений по выбранным видам интернет-платформ 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);
- разработанный комплекс этапов оценки 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).

6) Соискатель учёной степени Жильцов Денис Анатольевич в ходе работы над диссертацией и подготовки к публичной защите показала себя как квалифицированный исследователь, способный четко поставить и разработать научную задачу. Автор продемонстрировала все необходимые профессиональные умения и навыки. Заявленная автором научная новизна исследования связана с вопросами теории и практики в развитии классической маркетинговой концепции «4P» в условиях активного формирования цифровой экономики в части элемента «распределение» и обоснование теоретических положений перехода от традиционного комплекса маркетинга к современным инструментам комплекса интернет-маркетинга для взаимодействия с целевой аудиторией на выбранных интернет-платформах на рынке логистических услуг.

Соискатель учёной степени Жильцов Д.А. 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.

7) В качестве предложений автору рекомендуется:

- расширить качественные показатели комплекса оценки выбора интернет платформ;
- акцентировать внимание на разработке не только технологии выбора специализированного агентства по оказанию услуг управления интернет-маркетингом, но и внутренних стандартов качества обслуживания клиентов данных агентств.

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

9) Результаты исследования опубликованы в 17 научных работах, общим объемом 7,03 п.л. (авторский объем 6,73 п.л.), в том числе 5 работ авторским объемом 2,14 п.л.(авторский объем 2,04 п.л.) опубликованы в рецензируемых научных изданиях, определенных ВАК при Минобрнауки России.

Исходя из изложенного, полагаю, что представленная к защите диссертация соответствует заявленной научной специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг и может быть допущена к защите.

Доктор экономических наук, доцент  
Фирсова Ирина Анатольевна  
«14» декабря 2020 г.

by

~~ИИ-1/1~~ 2020 г.