

ОТЗЫВ

члена диссертационного совета Финансового университета Д 505.001.104, д.э.н., профессора **Шишкина Анатолия Викторовича** (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»)

Жильцов Денис Анатольевич представил диссертацию на тему: «Управление интернет-маркетингом на рынке логистических услуг» на соискание ученой степени кандидата наук. Представлена к публичному рассмотрению и защите по научной специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг».

Содержание диссертации полностью соответствует паспорту научной специальности пп. 9.16 «Стратегии и методы построения маркетинговых каналов распределения товаров» и пп. 9.20 «Маркетинговые технологии и организации электронной торговли и продвижения товаров и услуг в сети Интернет».

Полагаю возможным допустить соискателя ученой степени к защите диссертации.

Отмечаю, что

1) соискатель ученой степени Жильцов Денис Анатольевич предложил значимые для науки и практики решения актуальной научной задачи, имеющей важное социально-экономическое значение, а именно развитие интернет-маркетинга как самостоятельной части маркетинга в онлайн-среде на примере рынка логистических услуг, что позволит повысить результативность маркетинговых решений по выбранным видам интернет-платформ в целях создания конкурентных преимуществ в условиях цифровой экономики.

2) соискатель ученой степени Жильцов Денис Анатольевич вел в научный оборот следующие новые научные результаты.

В теорию вопроса:

- доуточнил и обосновал классическую маркетинговую концепцию «4Р» в условиях активного формирования цифровой экономики;

- представил теоретическое обоснование этимологии понятий «интернет-маркетинг», «электронный маркетинг», «цифровой маркетинг», «онлайн-маркетинг» и выявил их тождественность (стр. 35);

- сформулировал понятие интернет-маркетинга на основе системной оценки существующих (стр. 35);

- модифицировал принципы управления интернет-маркетингом правилом «3R» на рынке логистических услуг (стр. 48).

Практические результаты:

- подтверждена ключевая роль интернет-платформ в управлении интернет-маркетингом (стр. 36);

- раскрыты виды интернет-платформ в зависимости от специфических характеристик с описанием их особенностей и применяемых инструментов интернет-маркетинга (стр. 37);

- выявлена и представлена зависимость инструментов интернет-маркетинга от видов интернет-платформ организации на рынке логистических услуг (стр. 48);

- предложены рекомендации по пятиэтапности планирования интернет-маркетинга организации на рынке логистических услуг (стр. 54);

- конкретизирована группировка целевых сегментов потребителей логистических услуг по признакам и типам целевой аудитории (стр. 56).

3) диссертация «Управление интернет-маркетингом на рынке логистических услуг» обладает внутренним единством, основанным на использовании проверенной методологии научного исследования, включающей целеполагание и классический набор методического инструментария. Помимо общенаучных методов в диссертации использовались специальные маркетинговые методы исследования: опросы, интервью, экспертные оценки и другие. Обращает на себя внимание логичность построения диссертации и профессиональный стиль изложения, что положительно отличает данную работу.

4) обоснованность положений и выводов диссертации «Управление интернет маркетингом на рынке логистических услуг» подтверждена следующими авторскими наработками:

- включение элемента «интернет-платформа» в классический инструментальный комплекс маркетинга «Распределение» позволит систематизировать процесс управления интернет-маркетингом и более полно удовлетворять потребности целевых сегментов (стр. 25-33);

- сегментация потребителей услуг интернет-маркетинга позволит обоснованно подбирать соответствующие интернет-платформы, что приведет к экономии расходов и повышению качества предоставляемых услуг (стр. 67-69);

- разработанный комплекс оценки результативности маркетинговых решений будет способствовать оптимизации расходов на управление интернет-маркетингом (стр. 140-145).

В совокупности это подтверждает обоснованность положений и выводов диссертации.

Достоверность результатов, полученных Жильцовым Д.А., обусловлена использованием в основе авторских идей и подходов обобщенного и

систематизированного теоретического и практического опыта, фундаментальных работ известных маркетологов. Официальными данными Росстата, Министерства курортов туризма и олимпийского наследия Краснодарского края, использованием проверяемых данных Фонда «Общественное мнение», Российской ассоциации электронных коммуникаций, сервисов Яндекс.Метрика, Google Analytics и др.

5) Результаты диссертации Жильцова Д.А. нашли практическое применение в деятельности ООО «ВАКУУМ – упаковочные системы», продемонстрировав эффективность благодаря разработанному автором алгоритму выбора интернет-агентств по оказанию услуг комплексного управления интернет-маркетингом. Сам факт экономии (например, 480 тыс. руб. в 2018 году) следовало бы дать в сравнении.

План маркетинговых мероприятий по интернет-продвижению логистических услуг использовался в практической деятельности ООО «Агентство интернет-маркетинга Про Инет», что отразилось в приросте конверсий.

Материалы диссертации также используются в учебном процессе Департамента менеджмента Финансового университета и в Смоленском филиале университета по кафедре «Менеджмент и маркетинг».

6) Диссертация содержит сведения о личном вкладе Жильцова Д.А. в науку, который выразился в теоретически выверенных формулировках цели, предмета исследования и особенно научной новизны, обосновании основных положений и результатов, выносимых на защиту. Автор непосредственно принимал участие в опросах, их обобщении и интерпретации. Публикации автора свидетельствуют о достаточном уровне самостоятельности в получении научно-практических результатов.

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

- усовершенствован комплекс инструментов интернет-маркетинга на рынке логистических услуг;
- представлен алгоритм выбора видов интернет-платформ в зависимости от комплекса интернет-маркетинга;
- проведена группировка целевых сегментов потребителей логистических услуг по признакам и типам целевой аудитории.

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

8) Основные научные результаты диссертации опубликованы в рецензируемых научных изданиях в 17 работах общим объемом 7,03 п.л. (авторский объем – 6,73 п.л.), в том числе 5 работ общим объемом 2,14 п.л. (авторских – 2,04 п.л.) в рецензируемых научных изданиях из Перечня ВАК при Минобрнауки России.

9) соискатель ученой степени Жильцов Д.А. в ходе работы над диссертацией и её публичной защиты показал себя как квалифицированный исследователь, способный самостоятельно формулировать цели и задачи исследования, овладевший научной методологией и исследования. Продемонстрировал глубокие познания в теории маркетинга. Обладает необходимыми компетенциями для достижения значимых результатов. Обращает на себя внимание правильная орфография и общий стиль изложения в диссертации. В целом соискатель доказал наличие квалификационных способностей к дальнейшей научной деятельности в решении новых научных задач в области интернет-маркетинга.

Исходя из изложенного, полагаю, что представленная к защите диссертация соответствует заявленной научной специальности 08.00.05 и может быть допущена к защите, соответствует установленным критериям и требованиям.

Доктор экономических наук, профессор

Шишкин Анатолий Викторович

«21» декабря 2020 г.