

## ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Барышникова Кирилла Сергеевича на тему «*Формирование интегрированной системы интернет-маркетинга*», представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч. маркетинг)

Современные условия развития рыночных отношений и турбулентная маркетинговая среда обуславливают постоянные изменения в стратегии и тактике, бизнес-процессах и бизнес-моделях деятельности предприятий. В этом контексте трансформируются и ключевые особенности маркетинговой деятельности. В условиях новых императивов изменения вектора парадигмы маркетинга, становится необходимым формирование системы интернет-маркетинга на основе клиентоориентированного подхода, а реальность в Донецкой Народной Республике требует от предприятий создания и продвижения в интернет-среде не просто товаров, а уникального предложения, отвечающего потребностям рынка и имеющего отличительные преимущества по сравнению с конкурентами.

Все эти задачи актуальны в условиях нормального функционирования бизнеса. Однако, актуальность данного исследования усиливается современными проблемами мировой экономики, особенно в связи с обострением эпидемиологической ситуацией начала 2020 года. На «цифру» перешли все сферы деятельности, и, конечно, бизнес, используя возможности глобальной сети, не остался в стороне. В условиях мировых вызовов on-line взаимодействие с клиентом и контрагентом явилось единственно доступным способом ведения бизнеса. Интернет-маркетинг основан на постоянно растущих и быстро изменяющихся технологиях. Таких же особенностей следуют ожидать и от разработки стратегий, что обусловило актуальность темы выбранного исследования.

В диссертации на основе исследования сущности и эволюции маркетинговой среды в интернет-пространстве определены концепции, дающие автору возможность применить современный инструментарий интернет-маркетинга в коммуникациях с потребителем.

Доказано, что инновационные элементы маркетинга являются следствием динамики развития современных информационных технологий. Преимущества интернет-маркетинговых коммуникаций представлены с помощью показателей оценка их результативности. Автор предлагает систему управления взаимоотношениями с клиентом, а также способы продвижения товаров и услуг в сети. Особого внимания заслуживает аналитика интернет - маркетинга.

Элементами научной новизны полученных результатов можно признать то, что соискателем предложены методические подходы, составляющие концептуальную основу формирования системы интернет-маркетинга, интегрированную в систему управления предприятием. Функционально-процессный механизм интеграции расширен организационно-функциональным подходом.

Заслуживает внимания предложение автора к выбору рациональной маркетинговой интернет-стратегии, предполагающий однозначную оценку с помощью анализа евклидовых расстояний наиболее значимых критериев.



В работе усовершенствован методический подход к оценке действенности интегрированной системы интернет-маркетинга, который учитывает комплексную оценку показателей ее результативности и эффективности.

Не снижая научной ценности диссертации, следует, тем не менее, указать автору на ряд замечаний и дискуссионных моментов, а именно:

Инструмент SMM можно было бы расширить ростом подписчиков (Reach and Follower Growth) как один из показателей работы системы, охват необходимо разбить на общий и определенный (охват за определенную дату/время и т.д), к охвату добавить количество комментариев, лайков, просмотров, репостов. Все это - составляющие коэффициента вовлечения (Engagement rate). Было бы целесообразно диверсифицировать критерии и увеличить список показателей для повышения качества исследования.

При разработке маркетинговой интернет-стратегии необходимо следовать базовым принципам, а принципы строятся по схеме: определение концепции – зачем мы это делаем и для кого?; определение KPI – что мы должны достигнуть и какие результаты получим?; метрика – как мы должны это делать?

В целом указанные замечания не снижают положительной оценки результатов исследования, представленных в автореферате.

Содержание автореферата К.С. Барышникова подтверждает, что диссертационная работа на тему «Формирование интегрированной системы интернет-маркетинга» является актуальным и востребованным научным исследованием, отвечает требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор – Барышников Кирилл Сергеевич заслуживает присвоения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

*Я, Агаркова Н.В. согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.*

Кандидат экономических наук,  
(08.00.03 - Экономика и управление национальным хозяйством)  
доцент, доцент кафедры маркетинга и логистики  
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления  
и государственной службы при  
Главе Донецкой Народной Республики»



Н.В. Агаркова

Государственное образовательное учреждение  
Высшего профессионального образования  
«Донецкая академия управления  
и государственной службы  
при Главе Донецкой Народной Республики»  
Адрес: 83015, г. Донецк, Ворошиловский район, ул. Челоскинцев, дом 163а.  
тел.: (062) 344-09-56, факс: (062) 337-71-08, e-mail: [info@donampa.ru](mailto:info@donampa.ru)

Подпись канд. экон. наук, доцента Агарковой Н.В. удостоверяю:

*Агаркова Н.В.*