

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)

Интенсивный процесс внедрения инновационных технологий в реальную экономику вызывает трансформацию соответствующих рынков на национальном и глобальном уровнях. Существенное влияние на эти процессы оказывает степень экономического развития отдельных стран, уровень совершенства функционирования государственных институтов и нормативно-правовой базы и тому подобное. Зрелость органов государственного управления проявляется в осознании необходимости реализации действенных национальных стратегий по внедрению передовых технологий и осуществлению комплексных мер для достижения поставленной цели. Реализация инновационных программ усиливает конкурентные позиции национальной экономической системы в глобальном пространстве.

В инновациях современности выделяются информационные технологии, которые широко используются в различных видах экономической деятельности и выступают в качестве драйвера интенсивного развития. Подобные технологии приобретают популярность в сфере маркетинга, так как их используют при оптимизации ключевых бизнес-процессов. Применением интернет-технологий компании не только расширяют возможности коммуникаций с целевой аудиторией, но и увеличивают уровень конверсии в целом. В условиях высокой конкуренции перед предприятиями встает важная задача поиска оптимального сочетания различных цифровых инструментов для получения максимального результата.

Все перечисленные обстоятельства обосновывают актуальность темы исследования, ее своевременность и востребованность.

В первом разделе диссертации автор рассматривает теоретико-методические основы формирования интегрированной системы интернет-маркетинга, где расширяет ее содержание, одновременно утверждая, что маркетинг является ключевой функцией управления предприятием. Следовательно, маркетинг должен включать программно-целевой механизм реализации маркетинговых инструментов. Свои утверждения автор сопровождает разнообразным графическим материалом.

Второй раздел посвящен анализу факторов эффективности интернет-маркетинга, где выявлены современные методы и инструменты, разработана система оценочных показателей эффективности. Проведен корреляционный анализ между значениями факторов, определена степень взаимосвязи.

В третьем разделе работы представлены концептуальные основы формирования интегрированной системы интернет-маркетинга в систему управления предприятием, где автор предлагает использовать организационно-функциональный подход, аргументируя, что маркетинговый механизм позволит реализовать функции менеджмента.

Положительно работу отличает рекомендация автора относительно оценки действенности интегрированной системы интернет-маркетинга с использованием комплекса показателей результативности и эффективности.

Обоснованность и достоверность научных исследований, выводов и рекомендаций подтверждается вполне достаточным количеством публикаций,

материалов апробационного характера, полученных в ходе участия автора в научно-практических конференциях различного уровня.

Положительно оценивая полученные соискателем результаты исследования, их научную новизну, практическую значимость, необходимо отметить дискуссионные положения диссертации, отдельные недостатки и замечания.

1. В автореферате (рис. 7, стр. 15) представлен организационно-функциональный подход к интеграции системы интернет-маркетинга в структуру управления предприятием, однако не указано к какому типу предприятий он применим.

2. Интересна аргументация автора относительно выбора математического аппарата. Доступен ли он и может ли быть использован в аналитической работе компаний?

В целом указанные замечания носят рекомендательный характер и не снижают положительной оценки результатов исследования. Содержание автореферата свидетельствует, что диссертационная работа на тему «Формирование интегрированной системы интернет-маркетинга» является завершенным научным исследованием и 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, Бондарчук Алина Викторовна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук,
08.00.05 – Экономика и управление
народным хозяйством; доцент, начальник кафедры
экономико-правовых и социально-гуманитарных
дисциплин ГУ ЛНР «Луганская академия внутренних дел
имени Э. А. Дидоренко»

А.В. Бондарчук

Подпись А.В. Бондарчук заверяю:
Начальник отдела по работе с личным составом
ГУ ЛНР «Луганская академия внутренних
дел имени Э.А. Дидоренко»

Л.И. Лыскова

Ректор
ГУ ЛНР «Луганская академия внутренних
дел имени Э.А. Дидоренко»



В.А. Глазков

91005, Луганская Народная Республика
г. Луганск, ул. Пушкина, 1
Телефон: +38(0642) 59-96-94
E-mail: akoval77@mail.ru
Сайт организации: <https://lavd.mvdlnr.ru>