

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)

В сегодняшнем информационном пространстве увеличивается количество людей, которые ежедневно пользуются Интернетом. Интернет-технологии коренным образом изменили характер торговли и архитектуру маркетинга. Повсеместное внедрение цифровых индивидуализированных медиа вызвало необходимость пересмотра традиционного алгоритма рекламы через оплату доступа и частоту контактов с аудиторией.

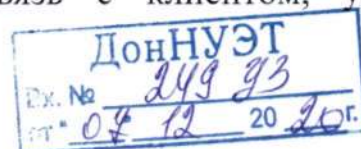
Большинство медиа являются цифровыми и интерактивными, они предусматривают участие самого зрителя и потенциально вирусное распространение информации. Для обеспечения конкурентоспособности компании маркетологам нужно не только расширить инструментарий, но и фундаментально перестроить сам подход к маркетингу, внедряя прежде всего новые интернет-стратегии и критерии действенности. Необходим более динамичный подход к управлению брендом, учет быстрых изменений рынка и все более широкое привлечение потребителей в рыночные процессы.

Вышеупомянутое обуславливает актуальность и своевременность диссертационного исследования.

Автор подчеркивает, что несмотря на множество теоретических разработок, остаются не решенными отдельные вопросы формирования системы интернет-маркетинга и ее интеграции в управление предприятием. В связи с этим, целью работы автор ставит развитие положений теории маркетинга и на этой основе разработку рекомендаций формирования системы интернет-маркетинга, интегрированной в систему управления предприятием.

Достижение цели обусловило решение ряда задач, через раскрытие сущности интернет-маркетинга, определение взаимозависимых и взаимовлияющих факторов - обоснование организационно-функционального подхода к формированию интегрированной системы интернет-маркетинга.

Автор утверждает, что цифровая трансформация промышленности и бизнеса порождает новую терминологию, принципы, методы и новые инструменты для ведения бизнеса в интернет-среде. Понятие "интернет-маркетинг" указывает на то, что он работает на базе определенной совокупности факторов, определяющих эффективность системы реализации товаров и услуг. На новом этапе эволюции маркетинга деятельность компании осуществляется с использованием цифровых каналов, позволяющих маркетологам вести постоянный двусторонний персонафицированный диалог с каждым потребителем в режиме реального времени. Это обеспечивает обратную связь с клиентом, улучшая и оптимизируя взаимодействие с ним.



Заслуживает внимание анализ факторов эффективности интернет-маркетинга, в результате которого установлены наиболее эффективные методы и инструменты и разработана система оценочных показателей. При этом аналитические выводы сопровождаются графическим подтверждением. Для оценки значимости факторов и степени их влияния на действенность интернет-маркетинга проведен корреляционный анализ.

Теоретические и аналитические исследования позволили обосновать организационно-функциональный подход к интеграции системы интернет-маркетинга, ее функционально-процессный механизм и способы оценки результативности.

Вместе с тем, возникают вопросы и рекомендации, а именно:

1. На каких предприятиях может быть реализован механизм интегрированной системы интернет-маркетинга. Какие его особенности нужно учитывать в работе коммерческих организаций (рис. 7 стр. 15; рис. 8. стр. 16).
2. На демонстрационных рисунках (рис.4 стр.11; рис.6 стр.12) не указаны временные показатели, а также не ясно показатели какой страны или региона взяты за основу исследования.

В целом указанные замечания носят рекомендательный характер и не снижают положительной оценки результатов исследования, представленных в автореферате.


Содержание автореферата К.С. Барышникова 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, Чугункина Ирина Владимировна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Кандидат экономических наук по специальности
08.00.05 – Экономика и управление народным
хозяйством, заместитель директора по дополнительному
образованию и научно-исследовательской работе
Филиала Ухтинского государственного технического
университета в городе Усинске

 И.В. Чугункина

 Подпись Чугункиной И.В. заверяю


(должность, подпись, Ф.И.О.)

Контактные данные:

Филиал Ухтинского государственного технического университета в г. Усинске
Юридический адрес: 169710, Республика Коми, г. Усинск, ул. Нефтяников, д. 9/2
Тел.: +7 (82144) 56-1-57
E-mail: ichugunkina@ugtu.net
Адрес сайта: ufugtu.ru