

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)

Актуальность темы исследования обусловлена современными проблемами мировой экономики и стремительным развитием интернет-технологий. Еще совсем недавно для успешного выхода на онлайн-рынок интернет-предпринимателю было достаточно заказать типовой сайт, создать несколько landing page с помощью одного из онлайн-сервисов, приобрести подписную базу, дать несколько рекламных постов в социальных сетях и разобраться в основах SEO-продвижения. Это обеспечивало достаточный уровень прибыли и спокойствия. Но в современном мире все меняется ежедневно. Интернет-технологий для бизнеса уже недостаточно, появляются новые цифровые каналы связи с широким спектром возможностей для продвижения товаров и услуг.

Обоснованность научных положений, сформулированных в автореферате работы, базируется на научных концепциях маркетинга, подтверждается теоретическим обоснованием разработок отечественных и зарубежных ученых по заявленной теме, глубоким анализом представительного массива информации с применением различных методологических подходов, включая аналитический, экономико-статистический и прочие методы и приемы научного исследования, в том числе табличную и графическую интерпретацию фактологической информации.

Объект, предмет, цель работы логически связаны, обозначая поле исследования. Научные положения, результаты и выводы, выносимые на защиту, в полной мере соответствуют поставленной цели и обеспечивают ее достижение.

Теоретические аспекты формирования и управления системой интернет-маркетинга представляют сущностную характеристику понятий и инструментария интернет-среды. Рассмотрены современные технологии в конкурентной борьбе за рыночные позиции и установлены инновационные элементы маркетинга как следствия динамики развития современных информационных технологий.

Аргументированы преимущества цифровых маркетинговых коммуникаций и дана оценка их результативности.

Автор акцентирует свое внимание на системе управления взаимоотношениями с клиентом, опираясь на клиентоориентированный подход. В процессе теоретического толкования вопроса, выделены основные детерминанты, позволяющие поэтапно перейти к аналитической части работы.

Во втором разделе представлен анализ конкурентной среды на различных информационных сервисах, анализ стоимости услуг интернет-сервисов, соотношение издержек классического и интернет-маркетинга, показатели потенциальной текущей емкости рынка продаж через интернет-маркетинг. Аналитический материал послужил основой для разработки сценариев взаимодействия с целевой аудиторией по каждому из параметров взаимодействия с клиентом.

Автор рассматривает вопросы управления бизнес-процессами, применяемые при использовании сценариев взаимодействия с пользователями в сети Интернет, а



также уделяет внимание моделям торговых операций и управлению процессами, влияющие на результаты транзакций.

Третий раздел работы посвящен разработке концептуальных основ формирования системы интернет-маркетинга, интегрированной в систему управления предприятием, где автор обосновывает организационно-функциональный подход через реализацию функционально-процессного механизма.

Необходимо отметить публикационную активность соискателя, имеющего 10 опубликованных статей и многочисленные материалы (10 публикаций) апробационного характера.

Однако, не уменьшая заслуги соискателя, следует указать на некоторые аспекты, требующие, на наш взгляд, некоторых доработок.

1. Автор в актуальности говорит о динамическом развитии интернет-маркетинга, ничего не говоря о механизмах государственного регулирования данной сферы, что было бы логично в таком случае.
2. Объектом исследования автор определяет предприятия, производственные и коммерческие. Означает ли это, что НКО не находится в поле интересов автора или они не осуществляют маркетинговую деятельность посредством сети Интернет, или осуществляют, но процесс отличается от коммерческих организаций?

Тем не менее, содержание автореферата К.С. Барышникова подтверждает, что диссертационная работа на тему «Формирование интегрированной системы интернет-маркетинга» является актуальной, отвечает требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор 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, Ибрагимхалилова Т.В. согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук, доцент
(08.00.05 - Экономика и управление национальным хозяйством)
заведующая кафедрой маркетинга и логистики
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

Т.В. Ибрагимхалилова

Государственное образовательное учреждение
Высшего профессионального образования
«Донецкий национальный университет»
Адрес: 83015, г. Донецк, Ворошиловский район, ул. Университетская, 24
тел.: 0710291888
e-mail: t.ibragimhalilova@donnu.ru

Подпись Т.В. Ибрагимхалиловой удостоверяю



(подпись, печать)

УЧЕНЫЙ СЕКРЕТАРЬ
И ИХАЛЬЧЕНКО