

## 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 изменения в области медиа меняют и правила маркетинга. Традиционный алгоритм оплаты за размещение рекламы с учетом эфирного времени или частоты контактов с аудиторией пересмотрен, так как происходит переход от массовых коммуникаций к индивидуализированным медиа. Большинство цифровых, интерактивных медиа предполагают участие самого потребителя и потенциально вирусное распространение информации, поэтому изменяются подходы к маркетингу в целом и маркетинговым коммуникациям в частности.

В то время как основные принципы маркетинга - позиционирование и сегментирование - остаются неизменными, интернет-каналы создают новые способы и увеличивают скорость привлечения клиентов. Естественный отбор заставляет маркетинг эволюционировать, потому что потребители отдают предпочтение тем брендам, которые быстрее осваивают каналы интернет-маркетинга. Основной тренд современного маркетинга - желание покупателей стать частью бренда. Потребители не только интересуются продукцией, они хотят получать информацию о бизнесе, бренде, руководителе компании.

Реалии нашего времени и вызовы сегодняшнего дня актуализируют тему диссертационного исследования, а также цели и задачи, поставленные в нем.

Автор убедителен в том, что несмотря на множество теоретических разработок, остаются не решенными отдельные теоретико-методические вопросы в проблеме формирования и интеграции системы интернет-маркетинга в систему управления предприятием. В соответствии с поставленной целью выстроен ряд задач, способствующий решению обозначенных проблем.

Первый раздел посвящен исследованию теоретико-методических основ формирования интегрированной системы интернет-маркетинга на предприятии, где расширено содержание системы интернет-маркетинга и обоснована необходимость ее интеграции в управление предприятием. Обосновано, что маркетинг, являясь средством продвижения товара, одновременно является и функцией управления предприятием. Интеграция маркетинга в интернет-среду обусловлена степенью проникновения интернета в обыденную жизнь и процессы бизнеса.

Заслуживает внимания анализ влияющих факторов на интернет-маркетинг и система оценочных показателей. Интересен статистический обзор эффективности маркетингового интернет-инструментария, а также динамика клиентского опыта в среде интернет-маркетинга.

Корреляционный анализ позволяет выявить высокую зависимость значений факторов ассортимента, их SEO видимости, трафика, поисковых

запросов. Коэффициенты, полученные в результате регрессионного анализа, подтвердили наибольшее влияние широты ассортимента на интернет-трафик.

В третьем разделе работы автор обосновывает организационно-функциональный подход к интеграции системы интернет-маркетинга, ее функционально-процессный механизм и способы оценки результативности системы, убедительно подтверждая теоретические положения графическим и табличным материалом.

Оценивая работу в целом положительно, не лишним будет высказать некоторые замечания и рекомендации:

1. Название таблицы 4 на стр.17. не совсем точно отражает ее содержание, описывая стратегии тестирования, воздействия, управления.

2. Следовало бы пояснить, что автор включает в показатель действенности интегрированной системы интернет-маркетинга.

Вместе с тем, указанные замечания не снижают положительной оценки работы. Содержание автореферата свидетельствует, что диссертационная работа на тему «Формирование интегрированной системы интернет-маркетинга» по уровню теоретической обоснованности и практической направленности выводов является завершённым научным исследованием, соответствующим специальности 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг), а ее автор – Барышников Кирилл Сергеевич заслуживает присвоения ученой степени кандидата экономических наук.

*Я, Лебединская Юлия Сергеевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.*

Кандидат экономических наук,  
(08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством)  
доцент, доцент кафедры экономики и управления  
ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный  
университет экономики и сервиса»

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение  
Высшего образования  
«Владивостокский государственный  
университет экономики и сервиса»  
Адрес: 690014, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41  
тел.: (423) 2404-289, факс: (423) 2404-150, 2404-154, e-mail: rectorat@vvsu.ru



*Ю.С. Лебединская*  
Подпись Ю.С. Лебединская  
заверяю

18. 11. 2020

Специалист ОКД

*М.И.И.И.И.*

Подпись канд. экон. наук, доцента Лебединской Ю.С. удостоверяю: