

В объединенный диссертационный совет Д 999.118.02 на базе ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет» и ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)»

ОТЗЫВ

**на автореферат диссертации Коваленко А.Е. на тему
«Формирование и развитие технологий интернет-маркетинга в
деятельности предприятий малого бизнеса», представленной на
соискание ученой степени кандидата экономических наук по
специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным
хозяйством (маркетинг)»**

Современные условия развития интернет-маркетинга и особенности субъектов малого бизнеса, характеризующиеся стохастичностью, разнообразием и разобщенностью маркетингового инструментария, привели к необходимости исследования проблем формирования и развития технологий интернет-маркетинга в деятельности предприятий малого бизнеса.

Научная новизна диссертационной работы Коваленко А.Е. заключается в разработке теоретических и методических основ формирования и развития технологий интернет-маркетинга в деятельности предприятий малого бизнеса.

К наиболее существенным и выраженным результатам диссертационного исследования относится разработка авторского методического подхода и алгоритма, позволяющих выполнять диагностику интернет-маркетинговой деятельности малого предприятия, внедрять технологии интернет-маркетинга в деятельность предприятий малого бизнеса и оценивать эффективность от этого внедрения.

Диссертация Коваленко Артема Евгеньевича отличается последовательностью, логичностью построения и определяется как законченное научное исследование. Теоретические, методические и прикладные результаты исследования представлены в научных публикациях автора в количестве 18 работ общим объемом 12,5 п.л. (авторских 7,1 п.л.), в их числе присутствуют 9 работ в рецензируемых изданиях из перечня ВАК и одна работа в журнале, входящем в международную систему цитирования Скопус.

В целом положительно оценивая диссертационную работу, необходимо выделить дискуссионные моменты. При рассмотрении показателей оценки эффективности технологий интернет-маркетинга указывается, что они рассматриваются в поведенческом аспекте. Но в дальнейшем описании автором не указывается, на основе какого

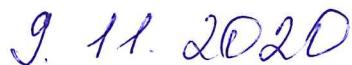
признака классифицируются и рассматриваются показатели оценки эффективности. Если автором выбираются именно показатели коммуникативной, конверсионной и экономической эффективности, следует явно указать признак, согласно которому выбраны эти показатели.

Указанные недостатки и замечания не снижают положительной оценки диссертационной работы, основные вопросы по которой разработаны полно и на достаточно высоком научном уровне.

Принимая во внимание все вышесказанное, считаем, что диссертационная работа является самостоятельным и законченным научным исследованием, соответствует паспорту специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)», отвечает критериям, установленным Положением о присуждении ученых степеней, утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 № 842 (в редакции от 01.10.2018г.), а автор работы – Коваленко Артем Евгеньевич заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)».

Заведующий отделом исследования региональных
социально-экономических систем
ФГБУН «Институт экономики УрО РАН»,
доктор экономических наук, профессор

 А. Г. Шеломенцев



Подпись доктора экономических наук,
Андрея Геннадьевича заверяю:



Почтовый адрес организации:
620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, д. 29
Рабочий телефон эксперта: +7 (343) 379-90-93
E-mail эксперта: shelomentsev.ag@iec.ru