

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 Артема Евгеньевича 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)»**

Тема диссертационного исследования Коваленко Артема Евгеньевича является, безусловно, интересной и актуальной в современных экономических условиях. Теоретические и прикладные исследования свидетельствуют о том, что маркетинг является основой деловой активности предприятий малого бизнеса. Интернет-маркетинг – это новая реальность маркетинга, его цифровое воплощение. Решение проблемы взаимодействия интернет-маркетинга и подходов к маркетингу предприятий – субъектов малого бизнеса требует проведения исследований, посвященных технологиям интернет-маркетинга в деятельности предприятий малого бизнеса.

Диссертант в своей работе рассматривает технологии интернет-маркетинга как результат информационного потока. Представление достаточно необычное, но, стоит отметить, что рассмотрение интернет-маркетинга в виде информационного потока позволяет взглянуть на эту новую сферу с позиций системного подхода: определить стадии, на которых «существует» цифровой потребитель в различные моменты приближения к свойствам и характеристикам, позволяющие предприятию определить его ценность.

На основе исходного научного положения о представлении интернет-маркетинга с позиций информационного потока соискателем обобщен понятийный аппарат. На основе анализа и синтеза свойств, характерных для понятий «интернет-маркетинг» и «технологии маркетинга» сформулирована авторская трактовка понятия «технологии интернет-маркетинга предприятий малого бизнеса» (С. 9-10). Раскрывая сущность технологий интернет-маркетинга автор предлагает ввести в научных оборот их виды, классифицированные на основе признака определения поведенческих характеристик единиц целевой аудитории предприятий малого бизнеса (С. 11-12), а также виды оценки эффективности технологий интернет-маркетинга.

Представления автора о сущности технологий интернет-маркетинга нашли отражение в методическом подходе, который описывает формирование воздействий

на информационный поток, приводящих к разработке малыми предприятиями технологий интернет-маркетинга с заданными характеристиками (С. 15-17). Переход в практическую область исследования характеризует авторский алгоритм внедрения технологий интернет-маркетинга (С.18-19) для предприятий малого бизнеса.

Положительно оценивая представленные результаты исследования, необходимо отметить дискуссионные моменты и замечания:

1) Из автографата не совсем понятно, почему автор опирается всего лишь на пять показателей оценки поведенческих характеристик, формирующих технологии интернет-маркетинга. При этом на стр. 15 автографата отмечается, что таких показателей может быть больше. Если это сделано для наглядности расчетов, об этом должна быть соответствующая пометка в тексте.

2) В автографате, по нашему мнению, необходимо более четко определить специфику монетизационных технологий интернет-маркетинга. Понятие «монетизация» находится на стыке компьютерных и экономических наук, поэтому следовало дать более подробное объяснение.

Указанные замечания не снижают общей ценности диссертационного исследования и не оказывают влияния на основные теоретические и практические результаты, выносимые на защиту.

В целом, автографат диссертации имеет логичную структуру, содержит все основные положения научной новизны, соответствующие целям и задачам исследования.

Содержание автографата, а также список трудов соискателя Коваленко Артёма Евгеньевича свидетельствует о том, что диссертационное исследование соответствует требованиям п. 9 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного Постановлением Правительства РФ № 842 от 24 сентября 2013 года (в редакции от 01.10.2018г.), предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг), а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук.

Заведующий кафедрой маркетинга
ФГАОУ ВО «УрФУ имени первого
Президента России Б.Н. Ельцина»,
д.э.н., профессор

Ирина Котляревская Ирина Васильевна Котляревская
28.10.2020

Подпись доктора экономических наук, профессора Котляревской Ирины Васильевны заверяю:

Почтовый адрес: Россия, 620002, г. Екатеринбург, ул. Мира, 19. Телефон: +7 (343) 375-93-22. Адрес электронной почты: Kiv326@mail.ru



А.М. Бурдов