

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

Отзыв на автореферат
Горбунова Игоря Николаевича

на тему: «Разработка механизма оценки эффективности вирусного видео в системе маркетинговых коммуникаций», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг

На настоящий момент маркетинговые коммуникации выступают доминирующим фактором в общем маркетинг-микс предприятия. Это подтверждается трансформацией классического 4Р комплекса до 12Р, при этом в последнем коммуникационных составляющих существенно больше. Цифровизация экономики в первую очередь затрагивает и развивается через коммуникационную среду, роль Digital выходит на передний план, что подтверждается статистикой, которой оперирует автор (стр.3).

В данном контексте не менее интересной и актуальной формой маркетинговой коммуникации выступает вирусное видео. Несмотря на очевидность данного факта, тематика вирусного маркетинга и в частности вирусного видео маркетинга, остаётся раскрытой фрагментарно, в большей части на уровне общего теоретического обоснования. Тем не менее, за десятилетия существования, интернет маркетинг имеет достаточный аналитический инструментарий для оценки эффективности маркетинговой деятельности в данном направлении. Нельзя не согласиться с диссертантом, что данный научно-практически диссонанс, является достаточным для определения темы, предмета и цели исследования.

В решении поставленных задач, прослеживается логика и последовательность работы, в частности: изначально определяется терминологическая составляющая «вирусного маркетинга» и смежных с ним понятий (стр. 10); поэтапно рассматривается существующая система on-line коммуникаций, что позволяет И.Н. Горбунову предложить авторский подход к классификации методов маркетинговых коммуникаций в интернет-среде (стр. 12-13); выделяются различные типы пользователей социальных сетей, как главных ретрансляторов вирусного видео в коммуникационной среде Интернет (стр. 15-16). Все эти шаги позволили исследователю подойти к достижению главной цели работы - разработке механизма оценки эффективности вирусного видео, базирующегося на постулатах синергетического подхода.

В автореферате соискатель акцентирует внимание на невозможности применения линейных подходов при оценке эффективности вирусной коммуникации в целом и вирусного видео в частности, именно этим обосновывается противоречия, возникающие при попытках применения существующих методов интернет аналитики к вирусному видео без предварительной адаптации.

Предложенный механизм оценки эффективности вирусного видео, однозначно, обладает научной новизной и отличается системным подходом: разработан комплекс индикаторов состояния вирусного видео (стр. 18-20); обоснована необходимость применения принципов синергетики для описания взаимодействия субъектов коммуникационного пространства в процессе вирусной видео коммуникации; определены сценарии развития вируса и алгоритм перехода между ними; построена диагностическая матрица, позволяющая не только определять текущее состояние вирусного видео (стр.21), но и прогнозировать его поведение в краткосрочном периоде; предложены тактические управляющие воздействия, способные перевести вирусного видео из состояния неустойчивости вблизи точки бифуркации в желаемый сценарий развития (стр.22).

Отдельный интерес представляет предложенная Горбуновым И.Н. четко формализованная типология пользователей социальных сетей как субъектов маркетингового коммуникационного пространства для распространения вирусного видео. Предложенный подход может выступать заделом для дальнейших научных исследований.

Стоит отметить широкую географию и достаточность научных работ, опубликованных Горбуновым по тематике диссертационной работы. Кроме того, аprobация результатов работы в рамках научных грантов не вызывает сомнения в ее практической значимости.

Тем не менее стоит отметить, что в автореферате не нашел отражение алгоритм проведения трех заявленных видов оценки (точечная, ретроспективная, прогнозная), реализуемых с помощью разработанного автором механизма (стр.24).

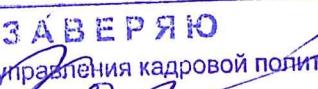
Указанное замечание носит рекомендательный характер и не снижает в целом высокой научной и практической ценности диссертационной работы и авторефера И.Н. Горбунова. Работа отвечает требованиям, позволяющим оценить ее как соответствующую п. 9 «Положения о присуждении ученых степеней» (утв. Постановлением Правительства РФ от 24.09.2013 г. № 842, в ред. от 29 мая 2017 г.), а ее автор Горбунов Игорь Николаевич заслуживает присуждения ученой степени кандидат экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Заведующий кафедрой «Менеджмент, маркетинг и реклама»
ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет
им. Г.Р.Державина», д.э.н., профессор, почетный работник
высшего профессионального образования РФ

 Лапшин В.Ю.
«14» мая 2019 г.

Диссертация защищалась по специальности: 08.00.01 – «Экономическая теория» и
08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством: Экономика труда»
Адрес: 392008, г. Тамбов, ул. Советская, д. 6, кабинет 308
Телефон: 8 (4752) 72-34-34, доб. 4032
Web: <http://economic.tsutmb.ru/kafedra-manager>
E-mail: tmbtsukafmarketing@yandex.ru



ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный
университет имени Г.Р. Державина»
Подпись 
ЗАВЕРЯЮ
Начальник управления кадровой политики

« 14 » мая 2019 г.