

В диссертационный совет Д 212.354.20
при ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский
государственный экономический университет»

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Смирновой Дарьи Владимировны на тему
«Адаптация методов планирования и бюджетирования маркетинговой деятельности к
изменениям внешней среды», представленной на соискание ученой степени кандидата
экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным
хозяйством (маркетинг)

В последние годы наблюдается стремительное развитие цифровых сервисов, сокращение жизненного цикла товаров и ускорение внешних изменений. Применение облачных технологий, новых методов хранения и обработки больших баз данных позволили удаленно налаживать коммуникацию с клиентами во время всей цепочки создания ценности. Новые методы исследования мотивов и поведенческих характеристик потребителей способствовали повышению эффективности продвижения и рекламы для четко отобранной целевой аудитории, поддержке и коммуникации спонсаторами с учетом происходящих изменений. Новые цифровые технологии в маркетинге позволяют решать насущные вопросы и способствуют разнообразию занятости в онлайн-пространстве через программное обеспечение и платформы с множеством удобных сервисов. В этой связи технологии, методы, модели и алгоритмы должны подстроиться под изменчивость внешней среды, чтобы сохранить актуальность принимаемых решений и достичь долгосрочных целей. Автором рецензируемого реферата предпринимается попытка разработки методологических основ по адаптации планируемых мероприятий и бюджета комплекса маркетинга к непостоянству и движению во внешней среде. Сказанным ранее подтверждается актуальность темы и результатов исследования.

Автору в полной мере удалось добиться поставленных целей и решить задачи согласно последовательному и логичному представлению основных результатов в автореферате. После выявления проблемы достижения желаемого прогресса в будущем с помощью существующих методов планирования маркетинговой деятельности автор пришел к выводу о несоответствии их условиям современного хозяйствования и осуществил научный поиск гибких к изменениям методов и моделей, применимых к планированию и бюджетированию комплекса маркетинга. Результаты, выносимые на защиту, корректно обоснованы применением теоретических и эмпирических методов исследования научного знания, обработаны с помощью сетевого моделирования. Важным итогом является комплексный подход к планированию маркетинговой деятельности, объединяющий в процессе рационального выбора существующие и наиболее часто

применяемые в практике методы планирования маркетинговой деятельности с гибкими к изменениям сетевыми методами и моделями (с.10-13).

Для внедрения в практику методологических основ по стратегическому и операционному маркетингу автор предложил методику, организационный механизм и алгоритм реализации разработанного подхода (с. 14-16). Предложения автора представляют практическое руководство по планированию и бюджетированию маркетинговой деятельности в современных условиях как для маркетологов, так и для производителей цифровых сервисов, сложных корпоративных информационных систем.

Наиболее ценным для практикующих маркетологов является алгоритм рационального выбора методов, применяемых к планированию и бюджетированию маркетинговой деятельности (с.16-18). Рекомендации выбора методов расчета ограничения бюджета «сверху» топ-менеджменту и метода (из перечня сетевых методов) обоснования требуемого бюджета комплексом мероприятий маркетинга руководителям подразделения маркетинга безусловно значимы для практики в непостоянстве и изменениях внешней среде. Комплексность предложений помогает объединить не только методы, но и разные уровни принятия решений.

Дальнейшая цифровизация процесса управления комплексом маркетинга на основе практических рекомендаций автора позволит учесть большее количество факторов и разноаспектность маркетинговой деятельности, увеличит прозрачность применяемых решений и повысит эффективность маркетинговой деятельности. Наиболее результативные и гибкие к изменениям методы планирования маркетинговой деятельности, применяемые в цифровых платформах, помогут достичь желаемых целей развития. В результате, целостность предприятия будет сохранена, что доказано апробацией результатов исследования.

Однако автореферат диссертации не лишен дискуссионных моментов и замечаний:

- 1) В автореферате недостаточно внимания уделяется значимости результатов исследования автора для производителей цифровых сервисов;
- 2) Интересно было бы увидеть результаты эмпирических исследований компаний-производителей корпоративных информационных систем, цифровых платформ и сервисов, которые имели практику автоматизации планирования маркетинговой деятельности;
- 3) Хотелось бы уточнить, как была адаптирована специфика маркетинговой деятельности к обработке результатов исследования в приложении по управлению проектами OmniPlan 3 (с.6).

На основании анализа автореферата диссертации Смирновой Д.В. можно сделать следующий вывод. Диссертация соответствует Паспорту научной специальности 08.00.05 — Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности в т.ч.: маркетинг) согласно п. 9.3. Управление маркетинговой деятельностью, направления и

формы организации маркетинга и их адаптация к изменяющимся рыночным условиям в экономике России и на глобальных рынках; п. 9.2. Методологические основы, содержание, формы и методы стратегического и операционного маркетинга, а также требованиям п.9 и п.10 «Положения о присуждении ученых степеней» от 24.09.2013 №842.Смирнова Дарья Владимировна – заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 — Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Заведующая кафедрой предпринимательства
и экономической безопасности ФГАОУ ВО
«Пермский государственный национальный
исследовательский университет»
д.э.н., профессор

Руденко Марина Николаевна

Контактная информация ФГАОУ ВО «Пермский государственный национальный
исследовательский университет»

Почтовый адрес: 614990, Пермь, ул. Букирева, 15

Телефон: 8(342)239-68-90

E-mail: rudenko@econ.psu.ru

Сайт: <http://www.psu.ru>

