

В диссертационный совет Д 212.196.04
на базе ФГБОУ ВО «Российский
экономический университет
имени Г.В. Плеханова»

ОТЗЫВ НАУЧНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ

**д.э.н., профессора Мхитаряна С.В. на диссертационную работу
Кочергиной Аллы Борисовны на тему: «Совершенствование
маркетинговой деятельности компании с учетом устойчивости
рыночных сегментов», представленную на соискание учёной степени
кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 –
Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)**

Кочергина Алла Борисовна, 1967 г.р., гражданка России, в 1994 г. закончила Московский государственный автомобильно-дорожный институт (технический университет) (МАДИ (ТУ)) по специальности «гидравлические машины, гидропривод и гидропневмоавтоматика», в 2013 г. закончила ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ)» (г. Москва) по специальности «Маркетинг». В этом же году она была зачислена в заочную аспирантуру ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ)» для написания диссертационной работы на кафедре Маркетинга и коммерции. В 2015 году в порядке перевода из ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ)» она была зачислена в заочную аспирантуру ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» (г. Москва) на кафедру маркетинга для продолжения работы над диссертацией на соискание ученой степени кандидата экономических наук.

В процессе работы над диссертацией Кочергина А.Б. принимала активное участие в научной работе кафедры и университета, выступала на

научных семинарах и конференциях. Также во время обучения в аспирантуре Кочергина А.Б. осуществляла преподавательскую деятельность по дисциплинам «Бизнес-аналитика в менеджменте», «Маркетинговые информационные системы», «Маркетинговые коммуникации».

Диссертация Кочергиной А.Б. посвящена актуальной теме – разработке методов оценки степени устойчивости рыночных сегментов и подходов к использованию результатов оценки устойчивости для совершенствования маркетинговой деятельности компании.

Результативность маркетинговой деятельности компании определяется правильным выбором целевых сегментов, одним из основных требований к которым является устойчивость. Но технологический прогресс приводит к увеличению скорости изменений, особенно свойственной новому экономическому сектору – информационному. Происходящие с сегментами изменения приводят к снижению результативности традиционных маркетинговых подходов, что особенно остро проявляется на информационных B2B рынках, рассмотренных в работе.

В диссертации Кочергиной А.Б. дополнены и развиты теоретические положения сегментирования, выявлены факторы, определяющие степень устойчивости сегментов информационных рынков, разработана методика оценки устойчивости сегментов, сформулирован матричный подход к классификации сегментов по степени устойчивости, сформулированы подходы к использованию результатов оценки устойчивости для совершенствования маркетинговой деятельности компании.

Автором доказана взаимосвязь покупательского поведения компаний на информационных B2B рынках и потребительского поведения пользователей информационных продуктов, а также различия в потребительском поведении пользователей, принадлежащих к разным поколениям. Разработаны методики оценки интенсивности и скорости

изменений потребительского поведения разных поколений пользователей, метод оценки степени устойчивости сегментов на основании интенсивности и скорости изменений потребительского поведения пользователей, классификация сегментов по степени устойчивости, алгоритм сегментирования с учетом степени устойчивости сегментов, предложен подход к использованию результатов сегментирования с учетом устойчивости для совершенствования маркетинговой деятельности компании.

Во время работы над диссертацией Кочергина А.Б. продемонстрировала системность мышления, творческий подход, инициативу и целеустремленность. Необходимо отметить глубокие профессиональные знания автора в области сегментирования рынков, маркетинговых исследований, статистического анализа данных, что позволило обеспечить достоверность оценки гипотез и обосновать предложенные методы и подходы.

Все это позволяет сделать вывод, что диссертация Кочергиной А.Б. соответствует требованиям пункта 9 «Положения о присуждении ученых степеней», предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата экономических наук и может быть рекомендована к защите по специальности 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Научный руководитель:

Мхитарян Сергей Владимирович,

д.э.н., профессор,

профессор кафедры маркетинга ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

адрес места работы: 117997, Москва, Стремянный пер., 36

рабочий тел.: +7 (499) 236 94 96,

e-mail: Mkhitaryan.SV@rea.ru



ПОДПИСЬ

Светлана С.В.

удостоверяю

Специалист по работе с персоналом

18.10 2018 г.