

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

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации

Харионовской 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)

Актуальность темы исследования. В условиях высоких темпов технологического прогресса и повышения важности развития информационного сектора для экономики в целом, возникает необходимость поиска новых решений, обеспечивающих эффективное осуществление маркетинговой деятельности в меняющихся условиях. Таким образом, тема диссертационного исследования Харионовской А.Б. представляется актуальной.

Степень разработанности темы. Автор проводит глубокий анализ особенностей информационных рынков, а также существующих в теории маркетинга методов и подходов к сегментированию и другим аспектам маркетинговой деятельности. В результате выявляется недостаточная изученность природы устойчивости сегментов информационных рынков, а также недостаток методов и инструментов для ее оценки. Это позволяет автору сформулировать проблематику исследования, которую он в дальнейшем и решает.

Полнота раскрытия темы. Проблема, заявленная в диссертационном исследовании, раскрыта в полной мере, результаты подтверждены в ходе теоретико-практической апробации.

Наличие четких выводов и рекомендаций, представленных в автореферате, позволяют заключить, что диссертационное исследование носит комплексный и завершённый характер.

Диссертационное исследование посвящено вопросам разработки методического подхода к совершенствованию маркетинговой деятельности компании на основе результатов сегментирования с оценкой устойчивости сегментов. Автору в полной мере удалось решить поставленные в работе

задачи и разработать соответствующие рекомендации, а также оценить их эффективность.

Тем не менее, на наш взгляд, имеются определенные замечания:

– в автореферате недостаточно подробно описаны использованные автором статистические методы, в частности *conjoint* анализ, упоминаемый в методике «Расщепленного анализа предпочтений»;

– недостаточно подробно, на наш взгляд, в автореферате описан методический подход к использованию результатов оценки устойчивости. Представляется полезным дополнить его конкретными рекомендациями для разных уровней маркетинга – стратегического, функционального, инструментального.

Перечисленные замечания не снижают общей положительной оценки работы, ее значимости и актуальности. Диссертационное исследование обладает научной новизной, теоретической и практической значимостью.

Диссертация Харионовской Аллы Борисовны на тему «Совершенствование маркетинговой деятельности компании с учетом устойчивости рыночных сегментов» соответствует требованиям Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного постановлением Правительства РФ от 23 сентября 2013 г. № 842, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата экономических наук.

Соискатель Харионовская Алла Борисовна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Профессор Департамента менеджмента
ФГОБУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»,
д.э.н., профессор

Светлана Васильевна Карпова

Адрес: 127083, Москва, Верхняя Масловка, 15

Тел. 8(917)512-54-73

E-mail: SVKarпова @fa.ru

Подпись Карпова С.В. заверяю:

спешно по поручению А.Б. Харионовской
10.04.2019