

ОТЗЫВ

научного руководителя, доктора экономических наук, профессора
Юлдашевой Оксаны Урняковны
на диссертацию Пирогова Дмитрия Евгеньевича, выполненную на тему
«Стратегии маркетинга взаимодействия с локальными покупательскими
сообществами в сфере управления торговой недвижимостью», представленную на
соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности
5.2.3 – региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

Пирогов Дмитрий Евгеньевич в 2011 году окончил ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов» по специальности «Маркетинг», а в сентябре 2011 г поступил в аспирантуру на кафедру маркетинга по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг) и закончил ее в июне 2014 года без защиты диссертации.

В период с 18 октября 2022 г. по 17 октября 2023 г. Пирогов Дмитрий Евгеньевич проходил научную стажировку в аспирантуре Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный экономический университет» на кафедре маркетинга для окончания диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (маркетинг). В настоящее время работает директором по развитию в ООО «УК 812».

В качестве темы диссертационного исследования Дмитрий Евгеньевич выбрал актуальную проблему маркетинга вовлечения потребителей по взаимодействие с управляющими компаниями на рынке торговой недвижимости путем создания локальных покупательских сообществ, что сделало работу не только актуальной для науки, но и востребованной в практике маркетинга в сфере управления торговой недвижимостью.

Результаты диссертационной работы Пирогова Д.Е. представляют как практический, так и научный интерес, поскольку раскрывают особенности становления маркетинга в секторе управления торговой недвижимостью в условиях длительного экономического кризиса и глобальной трансформации экономики и рынков на фоне растущей конкуренции. Эти тенденции способствуют становлению более зрелых маркетинговых моделей, построенных на принципах маркетинга взаимодействия и вовлечения, что и показано в работе Пирогова Д.Е. В связи с этим предложенные в работе теоретические и методические положения по формированию зрелых маркетинговых моделей взаимодействия с потребителями востребованы как в учебном процессе, так и в конкретной сфере бизнес-деятельности.

В период обучения в университете и аспирантуре Пирогов Дмитрий Евгеньевич зарекомендовал себя как сложившийся высококвалифицированный исследователь и молодой ученый, интересующийся современными проблемами теории и методологии маркетинга. Дмитрий Евгеньевич проявил развитые аналитические способности, исследовательскую хватку, умения работать с большими объемами данных с использованием современных средств их обработки (программирование в Python). Диссертационная работа построена на глубоком анализе как зарубежной, так и русско-язычной литературы, размещенной в БД Scopus, WoS, РИНЦ. Дмитрий Евгеньевич также проявил продвинутое навыки работы в современном ПО,

реализовав задачи анализа и обработки эмпирических данных с применением методов математической статистики. В работе использованы такие методы моделирования как множественный регрессионный анализ, кластерный анализ, анализ естественной информации.

Что касается личных качеств Дмитрия Евгеньевича, то его можно охарактеризовать как целеустремленную личность, обладающую способностями системно и качественно исследовать выявленную проблему, корректно формулировать и выявлять исследовательское проблемное поле, подходить к решению с творческих позиций и на альтернативной основе, проявляя самостоятельность и ответственность в получении конечного результата.

Основные результаты диссертационного исследования представлялись автором на 9 международных конференциях, на научных семинарах кафедры маркетинга СПбГЭУ, а также внедрены в учебный процесс на программах бакалавриата и магистратуры.

По теме диссертации автором опубликовано 12 работ объемом 8,4 п.л. (в т.ч. 5,2 п.л. автора), в т.ч. 4 статьи в рецензируемых журналах из перечня ВАК и Scopus.

Работа представляет собой завершённое научно-квалификационное исследование, выполнена в полном объеме, цель и задачи исследования достигнуты, получены результаты, представляющие новизну для теории и практики маркетинга в сфере управления торговой недвижимостью. Диссертация соответствует Паспорту научной специальности 5.2.3 – региональная и отраслевая экономика (маркетинг) пунктам: 10.5. Маркетинг на рынках товаров и услуг. Маркетинговые стратегии и маркетинговая деятельность хозяйствующих субъектов; 10.8. Методы и технологии проведения маркетинговых исследований.

На основании этого считаю, что работа является квалификационной, выполнена на актуальную тему, в работе решена важная народнохозяйственная задача разработки маркетинговых моделей взаимодействия с локальными покупательскими сообществами в сфере торговой недвижимости, обеспечивающих результативность и развитие бизнеса. Работа соответствует требованиям Положения ВАК о защите диссертаций и рекомендуется к защите на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3 – региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Научный руководитель,
д.э.н., профессор, заведующий кафедрой маркетинга
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский
государственный экономический университет»

Юлдашева О.У.



ПОДПИСЬ РУКИ ЗАВЕРЯЮ

НАЧАЛЬНИК УПРАВЛЕНИЯ КАДРОВ

Л. В. ЛИТУСОВА

191023, Санкт-Петербург, ул. Садовая, 21
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»
тел. +7 (812) 4589721, <https://unecon.ru/>
заведующий кафедрой маркетинга, e-mail: yuldasheva.o@unecon.ru