

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Бараксанова Дмитрия Николаевича «Математическое и программное обеспечение поддержки принятия решений при продвижении программного продукта на корпоративный рынок», представленной на соискание ученой степени кандидата технических наук по специальности 05.13.10 – «Управление в социальных и экономических системах»

Актуальность диссертационного исследования. На сегодняшний день сегмент производства тиражного программного обеспечения является ключевым с точки зрения перспективного развития отрасли информационных технологий РФ. А с точки зрения экономики страны в целом и компании-разработчика программного обеспечения в частности, продуктовая модель деятельности компании является более перспективной, чем «заказная», в силу того, что сама компания является производителем новых продуктов и технологий. Но при этом, несмотря на привлекательность продуктовой модели, ее использование связано с большим количеством проблем, во многом зависящих от маркетинговых усилий компаний-разработчиков. Основными направлениями маркетинговой деятельности компаний являются следующие: изучение рынка потенциальных потребителей; обоснованный выбор приоритетных комбинаций комплектности поставок по определенным бизнес-моделям; тиражирование программного продукта отдельным сегментам потребителей; осуществление взаимодействия с потребителями через наиболее эффективные каналы и инструменты коммуникаций. Успешная деятельность в этих направлениях ИТ-компаний (особенно малых) просто не возможна без разработки нового эффективного математического и программного обеспечения поддержки принятия решений при продвижении программного продукта на корпоративный рынок, чему, собственно, и посвящено диссертационное исследование.

Научная новизна защищаемой работы заключается в предложенной методике разработки программы продвижения программного продукта (ПП) на корпоративный рынок, развивающей маркетинговые подходы по выводу на рынок новых товаров с учетом специфики ПП как рыночного товара; разработке оригинальной математической модели поддержки принятия решений при выборе целевых сегментов рынка и альтернативы поставки ПП, отличающейся от существующих наличием дифференцированных по функциональным возможностям и бизнес-моделям тиражирования вариантов поставки ПП, с учетом множества критериев эффективности ведения бизнеса и ограничений на трудовые и материальные ресурсы компании; разработке оригинальной математической модели поддержки принятия решений при выборе мест и продолжительности размещения коммуникационных сообщений (КС) на рекламных площадках, основанной на оптимизации количества целевых действий представителей целевой аудитории в соответствии с прогнозной конверсией показов с учетом ограничений на рекламный бюджет и комплекса используемых инструментов интернет-маркетинга; предложенной методике формирования вариантов структуры содержания КС, основанных на учете потребительских предпочтений лиц, принимающих решение о выборе продукта, их ожидаемой ответной реакции на коммуникационное воздейст-

вие и особенностях используемых для распространения КС инструментов интернет-маркетинга.

Практическая значимость проведенных исследований и полученных соискателем результатов заключается в использовании руководителями и специалистами малых ИТ-компаний разработанных методик, моделей, алгоритмов и программного обеспечения при принятии решений в процессе продвижения ПП на корпоративном рынке.

Достоверность научных положений работы основана на используемой методологической базе исследования, которую образуют общенаучные методы (анализ, синтез, дедуктивный и индуктивный вывод, сравнение, абстрагирование), системный подход, методы теории принятия решений, методология структурно-функционального моделирования и обеспечивается корректным использованием методов математического программирования, совпадением результатов экспериментальных исследований, полученных с использованием существующих инструментов, с результатами, полученными с помощью разработанного программного продукта.

Апробация основных результатов работы осуществлена в сроки, приемлемые для ознакомления с ними научной общественности до защиты диссертации (2010-2015 гг.), и в достаточном объеме (20 работ по тематике исследования опубликованы в печатных изданиях).

По автореферату имеются следующие **замечания и вопросы**.

- 1) На стр. 7 автор утверждает, что *«достоверность результатов и выводов работы обуславливается ... совпадением результатов экспериментальных исследований, полученных с использованием табличного процессора офисного пакета LibreOffice Calc, с результатами, полученными с использованием разработанного программного продукта»*. Однако из текста автореферата (стр. 17) не понятно, на основе каких моделей и алгоритмов были проведены расчеты соискателем с помощью LibreOffice Calc?
- 2) На рисунке 1 (стр. 8) изображен блок проверки перспективности рынка. Какие критерии были использованы автором для оценки перспективности рынка?
- 3) На стр. 11 (предпоследний абзац) соискатель, делая вывод о трудоемкости **метода главного критерия**, ссылается на рисунок 3 (стр. 12), иллюстрирующий *«алгоритм решения задачи ... с использованием метода последовательных уступок»*.
- 4) На стр. 19 автором приведены результаты решения задачи *«по размещению КС для продвижения ПП в вузах Кемеровской области»*. Целесообразнее в таблице 4 (стр. 18) было бы привести данные, хоть каким-то образом иллюстрирующие эти результаты (выбор баннеров 5, 9, 10, 11, 12).
- 5) В списке публикаций по теме диссертации (стр. 22) присутствуют две работы (8 и 10), опубликованные в материалах одной и той же конференции, одной и той же группой авторов, под одинаковым названием, но с различными выходными данными. В названии публикации 12 (стр. 23) пропущено слово «решения».

- 6) В автореферате встречаются ошибки и опечатки (стр. 3, предпоследняя строка – «и так» написано слитно; стр. 4, третий абзац – «а также российских» написано дважды; стр. 6, первый абзац – пропущено слово «решений»; стр. 8, предпоследний абзац – написано «имеющие» вместо «имеющиеся» и др.).

Заключение

Указанные замечания не снижают научной и практической ценности работы. Судя по автореферату, диссертация является законченной научно-квалификационной работой, выполненной соискателем самостоятельно. В ней содержится решение актуальной научно-технической задачи формализации процесса разработки программы продвижения программных продуктов, имеющей существенное значение для развития ИТ-бизнеса. Содержание диссертации соответствует пунктам 4 и 5 паспорта специальности 05.13.10 – «Управление в социальных и экономических системах». Диссертационная работа отвечает требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям ВАК России, а её автор, Бараксанов Дмитрий Николаевич, заслуживает присуждения ученой степени кандидата технических наук по специальности 05.13.10 – «Управление в социальных и экономических системах».

Заведующий кафедрой прикладных информационных технологий ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет им. Т. Ф. Горбачева», доктор технических наук, профессор



Пимонов Александр
Григорьевич

Адрес: 650000, г. Кемерово, ул. Весенняя, 28, телефон (приемная): (3842) 58-30-14, факс: (3842) 58-33-80, e-mail: pag_vt@kuzstu.ru

