

## ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Бараксанова Дмитрия Николаевича  
«Математическое и программное обеспечение поддержки принятия решений  
при продвижении программного продукта на корпоративный рынок»  
по специальности 05.13.10 – «Управление в социальных и экономических  
системах»

Бурное развитие информационно-телекоммуникационного сектора экономики, обусловленное технологическими причинами, в рамках эволюционных преобразований привело к определенному насыщению рынка программного обеспечения. Данное обстоятельство обуславливает высокий уровень конкуренции на нем, а, следовательно, сложности с занятием определенной ниши и / или удержанием позиций разработчиками. Указанные моменты в наибольшей степени представляются обнаженными для некрупных команд, в которых, как правило, отсутствуют человеческие ресурсы, обладающие развитыми в достаточной степени компетенциями в области экономической подготовки. Это, в свою очередь, указывает на актуальность вопросов, связанных с сопровождением основной деятельности создателей программного обеспечения в части, связанной с продвижением соответствующей продукции на рынок.

Автором предложена методика разработки программы продвижения программных продуктов на корпоративный рынок. В ней учитываются особенности предмета и каналов продвижения, что позволяет ее позиционировать в качестве организационно-управленческой инновации. Вместе с тем, положение методики в структуре работы выбрано, на наш взгляд, не совсем верно. Ее целесообразнее позиционировать в качестве агрегатора рассмотренных далее моделей и алгоритмов, что позволит показать ее научный уровень.

В рамках предложенной диссертантом математической модели сегментирования рынка потребителей определены соотношенные с предметной областью критерии и ограничения. Их небольшое количество представляется крайне важным, поскольку не теряется физический смысл рассматриваемых параметров, а, следовательно, и решение поставленной задачи на содержательном (не формальном) уровне.

Часть работы, связанная с коммуникационными сообщениями, характеризуется добротной адаптацией математического аппарата для оценки широты и продолжительности охвата аудитории. Вместе с тем, за рамками рассмотрения остались вопросы результативности и эффективности их воздействия на целевые группы, что нельзя позиционировать в качестве недостатка работы, поскольку данное направление может являться перспективным для дальнейших изысканий.

Описание программного продукта поддержки принятия решений, реализующего предложенные в диссертационной работе модели и алгоритмы, и результаты использования свидетельствуют о достоверности и практической значимости результатов.



В качестве недостатков, обнаруженных по результатам прочтения автореферата, можно отметить следующие моменты:

1) не указывается, каким образом получается значение интегрального показателя рыночной привлекательности в модели сегментирования (с. 10); на основе каких данных и посредством каких методических приемов оно формируется.

2) не указаны основания выбора метода главного критерия для решения задачи (с.11); довод о частом употреблении в решении инженерных задач не представляется убедительным.

В целом диссертационная работа Д.Н. Бараксанова является законченным научным исследованием, обеспечивающим решение важных прикладных задач в области продвижения программных продуктов, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата технических наук по специальности 05.13.10 – Управление в социальных и экономических системах.

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет  
имени Г.В. Плеханова»,  
зав. кафедрой информатики,  
д.э.н., к.ф.-м.н., доцент  
Китова Ольга Викторовна



Адрес: 117997, Москва, Стремянный пер., 36 (3 корпус университета),  
этаж 4, офис 422.

Телефон: (499) 237-85-20,

E-mail: [Olga.Kitova@mail.ru](mailto:Olga.Kitova@mail.ru)

