

Отзыв на автореферат диссертационной работы Ямалтдиновой Наили Ринатовны «МОДЕЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНЫХ РАСХОДОВ С УЧЕТОМ ЭФФЕКТА РАСПРЕДЕЛЕННОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ», представленной на соискание ученой степени кандидата физико-математических наук по специальности 05.13.18 – «Математическое моделирование, численные методы и комплексы программ».

К числу наиболее эффективных способов воздействия на целевую аудиторию потребителей того или иного продукта относится не только работа над качеством, ассортиментом производимого товара, но и разработка эффективных маркетинговых мероприятий, организация которых не предполагает внесение каких-либо изменений непосредственно в сам производственный процесс. Сегодня сложно представить успешную коммерческую организацию, в которой могли бы отсутствовать существенные инвестиции в рекламу. Поэтому построение грамотной рекламной стратегии на основе математических моделей, учитывающих условия, в которых осуществляется продвижение продукта, а также разработка эффективного и удобного в использовании комплекса программ, может значительно улучшить финансово-экономические показатели компании, сэкономить ее время на сложные расчеты и устранить расходы на рекламу, которые оказались излишними. Поэтому считаю, что диссертационная работа Ямалтдиновой Н.Р., направленная на разработку новых математических моделей управления затратами на рекламу, учитывающих эффект распределенного запаздывающего воздействия как рекламных, так и нерекламных факторов на спрос, является актуальной.

Исходя из текста автореферата, можно выделить следующие основные результаты диссертационной работы:

1. Разработаны новые экономико-математические динамические модели, учитывающие эффект распределенного запаздывания рекламных и нерекламных факторов с ограничениями в виде уравнений Вольтерра. В рамках моделей поставлены задачи оптимального управления рекламными затратами компании, доказаны теоремы о существовании и единственности решений задач.

2. Проведена модификация численного метода локальных вариаций для задач оптимального управления с ограничениями в виде уравнений Вольтерра.

3. Предложен комплекс программ, разработанный для анализа задач распределения рекламного бюджета.

4. Проведена апробация моделей на статистических данных компаний.

В качестве замечаний стоит отметить следующее:

1. В описании второго параграфа главы 1 не указаны свойства функций $G_{ii}(\tau)$, $G_{ij}(\tau)$. Таким образом, вид данных функций, который должен быть выбран при реализации разработанных моделей, не совсем ясен.

2. В описании главы 3 приведены предлагаемые методы решения задач оптимального управления рекламными расходами: модификация метода локальных вариаций и метод параметризации. Однако на рис. 1 представлена схема функциональных связей для решения оптимизационной задачи с помощью принципа максимума, который не упоминался в автореферате ранее как один из методов решения поставленных задач.

Высказанные замечания не являются критическими.

В целом впечатление о диссертационной работе сложилось положительное. Работа выполнена на высоком теоретическом уровне и соответствует требованиям, предъявляемым ВАК к кандидатским диссертациям. Полученные в исследовании результаты обладают научной новизной и практической ценностью.

Считаю, что ее автор, Ямалтдинова Наиля Ринатовна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата физико-математических наук.

Бизнес-аналитик,
кандидат технических наук

А.Н.Тюнин
24.09.2019г.

Подпись Тюнина А.Н. заверяю

Юлия Ю.И.
без сценария



СИБИНТЕК: Контакты

117152, г. Москва, Загородное шоссе, д.1, корпус 1, тел.: +7 (495) 755-52-73,
+7 (495) 755-52-17, e-mail: info@sibintek.ru.

Научная специальность Тюнина А.Н.: 05.02.22 - Организация производства (по отраслям).