

ОТЗЫВ НАУЧНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ

кандидата экон. наук, доцента Мусатовой Ж.Б. на диссертационную работу Шейниной Марьяны Александровны на тему «Совершенствование продвижения в сети Интернет на основе персонализации баннерной рекламы», представленную на соискание учёной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)

Шейнина Марьяна Александровна, 1974 г.р., гражданка России, в 2008 году с отличием закончила государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Российский государственный социальный университет» по специальности: «Журналистика». В 2019 году прикреплена к кафедре маркетинга федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» для подготовки диссертации по научной специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством» на соискание ученой степени кандидата наук.

В период подготовки диссертационной работы Шейнина М.А. провела значимые исследования в области развития рекламы в Интернет-среде, особый акцент сделав на процессе персонализации рекламы, что позволяет многим участникам рекламного рынка получить существенный экономический и коммуникативный эффекты. Бурное развитие технологий Интернет-маркетинга и рекламы, расширение технологического инструментария, значительный накопленный практический опыт делают актуальным выбранную тему исследования.

В процессе проведения исследования Шейнина М.А. зарекомендовала себя как квалифицированный, грамотный, системный исследователь. Большой практический опыт в области цифровой рекламы, а также педагогический опыт

позволили автору работы комплексно и разносторонне проанализировать имеющиеся публикации и материалы на избранную тему, а также сформулировать собственные, обоснованные и подтвержденные эмпирическими результатами предложения и рекомендации. Шейнина М.А. проявила себя как настойчивый и целеустремленный исследователь, который умеет обрабатывать большой объем информации, выявлять тренды и тенденции, анализировать потребности рекламодателей и предполагать их дальнейшее развитие.

Шейнина М.А. все время подготовки диссертации успешно совмещала научную работу с практической деятельностью, а также с преподаванием в вузе. Разносторонний опыт позволил Шейниной М.А. собрать и проанализировать очень значительный объем данных, которые были получены в процессе практической деятельности. К достоинствам работы можно отнести ее высокую актуальность с точки зрения реальной новизны процессов управления рекламной деятельностью на российском рынке. Автор строит свою работу на базе новейших информационных технологий, что в свою очередь неизбежно приводит к необходимости выстраивания новых подходов к организации управления процессов планирования и реализации рекламных кампаний в сети Интернет, формированию новых организационно-экономических отношений рекламодателей, рекламных агентств и прочих акторов рекламного рынка.

Диссертационная работа Шейниной М.А. выстроена логично, в соответствии с целью, задачами, гипотезой исследования. Автором проведены значительные собственные исследования, построенные на базе уже доказанных и принятых научным сообществом концепциях в области поведения потребителей, в частности модели принятия решения о покупке. Автор обладает критическим мышлением, не стремится обойти вниманием неудачные решения, а объективно оценивает их причины, определяя ограничения предлагаемых подходов и решений. В работе присутствуют авторские идеи и видение, что обеспечивает наличие элементов научной новизны.

Личные характеристики Шейниной М.А. включают в себя высокую эрудированность, склонность к систематизации и обобщению, базирующиеся на

большом практическом опыте работы. Шейнина М.А. продемонстрировала высокую ответственность при подготовке работы, тщательно и вдумчиво планировала теоретические и практические исследования, при этом не теряя целеустремленности и высокого темпа работы. Автор проявила большое трудолюбие, а также реальное умение адаптироваться, когда требовалось частично переосмыслить уже полученные результаты и выйти на другие методы исследования. За весь период подготовки диссертации Шейнина М.А. поддерживала высокий уровень настойчивости в достижении своей научной цели и получении высокого уровня результатов работы. Также принимала активное участие в жизни кафедры маркетинга, участвовала в конференциях, дискуссиях, что помогало взаимному обогащению знаниями как автору, так и преподавателям кафедры.

Результаты исследований Шейниной М.А. были опубликованы в рецензируемых научных изданиях, а также в сборниках материалов научно-практических конференций.

Таким образом, следует признать существенные достижения Шейниной М.А. в научно-исследовательской работе, отметить способности к аналитике и творческому мышлению, инициативность, профессиональную зрелость, способность проводить самостоятельные научные исследования и получать результаты.

Научный руководитель:

Мусатова Жанна Борисовна,

Кандидат экономических наук,

кафедра маркетинга ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова» (Москва)

Москва, Стремянный пер., д. 36

Телефон: 8 (499) 237-94-96

Адрес электронной почты: Musatova.ZHB@rea.ru

«30» ноября 2020 г.