

В диссертационный совет
Д 212.196.04
на базе ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет
им. Г.В. Плеханова»

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации 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)

Информатизация общества обуславливает падение эффективности массовых маркетинговых коммуникаций, которые уступают место персонализированному взаимодействию с потребителями. Такие коммуникации нацелены на вовлечение покупателей в процесс взаимодействия с компанией, формирование с каждым индивидуальным покупателем непрерывного диалога для выявления его уникальных потребностей, кастомизации потребительской ценности и всего комплекса маркетинга. Одним из актуальных вопросов является поиск методов продвижения с использованием персонализации для повышения эффективности рекламных кампаний в сети Интернет, поэтому тема диссертационного исследования Шейниной Марьяны Александровны является крайне актуальной.

В своей работе соискатель успешно представил и обосновал результаты исследования, которые обладают научной новизной, а также представляют практическую ценность для участников рекламного рынка. Основные положения диссертационной работы были представлены в статьях, получили одобрение на конференциях, были апробированы в практической деятельности.

Можно отметить наиболее значимые научные результаты, полученные соискателем:

- Заметным вкладом автора является предложенная организационно-экономическая модель взаимодействия между участниками рекламного рынка – рекламодателями, агентствами, поставщиками рекламных услуг и программных решений для обеспечения реализации кампаний.
- Значимым пунктом научной новизны является разработанная автором методика применения способов персонализации для повышения коммуникативной и экономической эффективности интернет-маркетинговых коммуникаций при демонстрации баннерной рекламы различных товарных категорий. Научный интерес вызывает то, что предложенная методика может использоваться различными участниками рекламного рынка.

Заслуживают внимания остальные положения научной новизны:

- Систематизация и развитие понятийного аппарата в области персонализации интернет-коммуникаций.
- Создание модели определения уровня рекламного бюджета для обоснования внедрения DMP-платформы в технологический комплекс реализации рекламных кампаний.
- Разработка алгоритма реализации персонализированных интернет-кампаний с использованием баннерной рекламы с учетом уровня рекламных бюджетов организаций.

Следует обратить внимание на определенные недостатки исследования:

- В алгоритме реализации персонализированных кампаний для рекламных агентств и организаций (пункт 5 научной новизны) автор описывает этапы внедрения персонализации в маркетинговые коммуникации для различных категорий бизнеса. Для крупного бизнеса описан алгоритм на основе внедрения DMP платформы. Возможно, имеет смысл рассмотреть альтернативный метод реализации персонализированных кампаний (без использования DMP платформы), что позволит повысить эффективность в период внедрения платформы или повысить эффективность для компаний, которые по каким-либо причинам не внедряют данное решение.
- Автореферат содержит профессиональную, специфическую лексику, требующую дополнительных пояснений и расшифровки.

Тем не менее обозначенные выше замечания носят рекомендательный характер и не умаляют достоинств работы и ее значимости.

Диссертационная работа соответствует требованиям п. 9 Положения о присуждении учёных степеней, утверждённого постановлением Правительства РФ от 24 сентября 2013 № 842, предъявляемым к диссертациям на соискание учёной степени кандидата наук. Автор работы Шейнина Марьяна Александровна заслуживает присуждения учёной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Доктор экономических наук (08.00
профессор

Юлдашева Оксана Урняковна
Заведующий кафедрой маркетинга
Федеральное государственное бюджетное
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»
192007, г. Санкт-Петербург, ул. Прилукская, д.3, ауд.409; рабочий тел. 77 812 200-42-02
e-mail: dept.km@unecon.ru
«24» мая 2021 года

кадров

бразования

20 г.