

*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)**

Современные технологии постоянно видоизменяются и обновляются. Предприятиям требуется использовать их в своей деятельности, чтобы обеспечить конкурентоспособность. Применение интернет-технологий позволяет завоевывать новые рынки, выходить на новый уровень спроса. Использование методов интернет-продвижения позволяет эффективнее взаимодействовать с потенциальными потребителями. В свою очередь персонализация используется маркетологами для формирования индивидуальных предложений, как дополнительный стимул (мотивация) для совершения покупки, а также как инструмент роста лояльности аудитории.

Персонализированные рекламные интернет-коммуникации обеспечивают взаимодействие с целевым потребителем, доносят до него конкретное предложение в определенный промежуток времени, используя максимально удобный для потребителя канал получения информации. Персонализированные сообщения формируются исходя из этапа, на котором находится потенциальный или действующий покупатель.

В данном аспекте исследование Шейниной Марьяны Александровны актуально и имеет прямое практическое значение. Целью работы является разработка методики применения технологий персонализации баннерной рекламы для продвижения товаров различных

категорий. Следует отметить, что в исследовании автора способы персонализации связаны с этапами движения пользователя по пути потребителя.

Научными результатами, полученными лично соискателем, являются следующие положения.

1. Предложен алгоритм реализации персонализированных кампаний. Решение учитывает задачи продвижения, тип реализуемых кампаний, объем рекламных инвестиций.
2. Разработана модель, которая позволяет обосновать использование DMP-платформы для крупных рекламодателей, в том числе при продвижении нескольких брендов.
3. Описан механизм взаимодействия участников рекламного рынка. Стоит отметить, что созданная модель учитывает функции участников реализации кампаний, актуальные технологии реализации рекламных кампаний в сети Интернет.

В целом работа отличается предметностью и обоснованностью теоретических и практических положений и выводов, основанных на использовании современного методологического инструментария.

Анализ автореферата показывает, что цели и задачи, поставленные в работе, достигнуты и решены. Полученные научные результаты представляют прикладной интерес для представителей бизнеса и рекламных агентств.

При этом есть некоторые замечания к содержанию автореферата:

1. На рисунке №3 в автореферате представлена организационно-экономическая модель взаимодействия участников рынка при реализации медиакампаний с использованием аудиторных данных. Легенда рисунка не описана детально, что затрудняет восприятие схемы.
2. В предложенном автором алгоритме внедрения персонализации в маркетинговые коммуникации недостаточно внимания уделено местам размещения рекламы. Уточнение по типам размещения требует пояснения.

Отмеченные недостатки не снижают положительной оценки исследования.

Анализ автореферата позволяет сделать вывод, что диссертационная работа Шейниной Марьяны Александровны соответствует требованиям п. 9 Положения о присуждении учёных степеней, утверждённого постановлением Правительства РФ от 24 сентября 2013 г. № 842, предъявляемым к диссертациям на соискание учёной степени кандидата наук.

Автор диссертационного исследования **«Совершенствование продвижения в сети Интернет на основе персонализации баннерной рекламы»** заслуживает присуждения учёной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Кандидат физико-математических наук

Птуха А.Р.



Птуха Анастасия Романовна

Генеральный директор

Общество с ограниченной ответственностью

«Степ бай Степ Аналитика»

Адрес: 125009, г. Москва, Брюсов переулок, д. 11, стр. 1, офис 422

Рабочий тел. +7 495 760 50 73

Электронная почта: info@step-by-step.ru

«21» мая 2021 года