

ОТЗЫВ

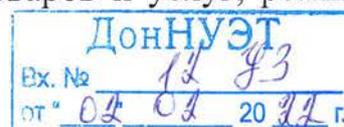
на автореферат диссертации Сошенко Инны Викторовны
«Вирусный маркетинг в системе продвижения товаров и услуг»,
представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук.
Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

Актуальность темы исследования «Вирусный маркетинг в системе продвижения товаров и услуг» не вызывает сомнения, так как информирование потенциальных потребителей о продуктах организации и воздействие на потребителей с помощью всех доступных средств, прежде всего рекламы, является одним из основополагающих принципов маркетинга и важной проблемой, решение которой обеспечивает конкурентные преимущества в условиях новой модели развития в глобальном масштабе и индустрии 4.0. Всеобщая цифровизация и развитие интернет-технологий помимо новых возможностей для бизнеса, ставит и новые вызовы, а стремительное возрастание роли коммуникаций в обществе придает значимость данной проблеме.

Следует согласиться с содержанием основных положений диссертации, выносимых на защиту. Особо необходимо отметить системный подход к изучению механизма распространения вирусных сообщений для практической реализации стратегии вирусного маркетинга в его структурном и динамическом измерениях.

Исследование отличается элементами новизны и отражает запросы практики, представляет научный интерес комплексный подход к анализу коммуникативной активности предприятий в разрезе изучения качества политики продвижения и результативности работы с аудиторией.

В первом разделе автору в полной мере удалось раскрыть теоретико-методологические подходы и основные концептуальные положения вирусного маркетинга в системе продвижения товаров и услуг, реализация



которых позволяет систематизировать его ключевые элементы с детализацией инструментов вирусной коммуникации.

Во втором разделе проведен анализ активности интернет-пользователей в социальных сетях, мотивы поведения, определен их социально-демографический профиль, что позволило выделить ключевые элементы, обеспечивающие «вирусный» эффект сообщения, а также его форму и содержание. На основе большого фактического материала проведена оценка результативности работы ряда предприятий с целевой аудиторией в социальной сети.

Представляет бесспорный интерес исследование различных современных технологий маркетингового продвижения продукта, процесса разработки креативной вирусной идеи, что позволило разработать модель формирования маркетинговой стратегии продвижения товаров и услуг, и механизм распространения вирусных сообщений, реализация которого будет способствовать повышению эффективности маркетинговых усилий предприятия, представленные в третьем разделе.

Вместе с тем следует указать на замечания и дискуссионные вопросы.

1. На наш взгляд целесообразно было бы рассмотреть риски, возникающие при использовании технологий вирусного маркетинга, связанные с отсутствием контроля над распространением вирусного сообщения, что может значительно усилить не только позитивную рекламу, но и усилить критику и распространить ложные слухи, наносящие ущерб бренду.

2. В автореферате не нашли отражения результаты практической реализации предложенной модели формирования маркетинговой стратегии продвижения товаров и услуг на конкретном предприятии, а также оценки её результативности.

Однако отмеченные замечания не снижают общего впечатления от работы, и содержание автореферата позволяет сделать вывод о том, что диссертационная работа Сошенко Инны Викторовны на тему «Вирусный

маркетинг в системе продвижения товаров и услуг» является самостоятельным, логическим, обоснованным и завершённым научным трудом в области экономических наук, отличается научной новизной и существенным исследовательским вкладом в области теории и практики вирусного маркетинга в системе продвижения товаров и услуг, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

Я, Ободец Роман Васильевич, согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук (08.00.05 –
Экономика и управление народным хозяйством),
доцент, проректор ГОУ ВПО «ДОНЕЦКАЯ
АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ
НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»



Р.В. Ободец

Подпись д-ра экон. наук, доцента, проректора заверяю.
Начальник отдела кадров  Т.А. Богачева

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»,
283015, ДНР, г. Донецк
ул. Челюскинцев, 163а
тел.: +3 (0623) 05-14-62
e-mail: info@donampa.ru
адрес сайта: http:// donampa.ru