

## ОТЗЫВ

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

В условиях стремительного развития интернет-маркетинга вирусный маркетинг, который способствует повышению рентабельности, в условиях узнаваемости бренда, а также способствует повышению осведомленности потребителей или интереса к альтернативной маркетинговой коммуникационной кампании, широко развивается, что обуславливает актуальность научного исследования, посвященного исследованию теоретико-методических основ и практических рекомендаций по совершенствованию вирусного маркетинга в системе продвижения товаров и услуг.

Несмотря на масштабность исследований цифрового пространства и интернет-пространства в системе продвижения товаров и услуг, ряд вопросов требуют пересмотра и развития, в частности теоретическое обоснование формирования вирусных коммуникаций в процессе взаимодействия с клиентами. Также недостаточно раскрыты вопросы разработки стратегических направлений вирусного маркетинга в социальных сетях, не учитываются тенденции современного взаимодействия предприятия с клиентами с помощью ряда инструментов Интернет-маркетинга, особенно в аспекте обеспечения вирусных эффектов. Это создает благоприятное поле для научного исследования в этой области и решения цели и задач, поставленных соискателем в диссертации.

Ряд научных результатов, представленных в автореферате, являются оригинальными и представляют научный интерес. А именно: предложенные автором концептуальные основы вирусного маркетинга и концептуальная схема, в которой систематизированы ключевые элементы вирусного маркетинга; модель формирования маркетинговой стратегии продвижения товаров и услуг, дополненная этапами разработки стратегии вирусного маркетинга; механизм распространения вирусных сообщений, который в отличие от существующих охватывает комплекс взаимосвязанных элементов указанием условий обеспечения вирусного эффекта; типология вирусных коммуникаций, источники возникновения, средства осуществления; комплексный подход к анализу коммуникативной активности предприятий.

Практическое значение полученных результатов состоит в доведении основных положений диссертационной работы до уровня конкретных практических разработок и рекомендаций, что подтверждено соответствующими справками о внедрении.

Заслуживает внимания категориально-понятийный аппарат проблемы исследования, получивший в диссертационной работе дальнейшее развитие вследствие предложенных автором уточнений понятий: «вирусный маркетинг»; «вирусный контент»; «вирусная коммуникация»; «стратегия вирусного маркетинга», которые учитывают специфику вирусного маркетинга в современных условиях развития системы продвижения товаров и услуг.



Обобщая вышеизложенное, следует сделать вывод о том, что диссертация Сошенко И.В. на тему «Вирусный маркетинг в системе продвижения товаров и услуг» выполнена на высоком теоретическом и методическом уровне и является весьма информативной. При изложении материала выдержан научный стиль, диссертационная работа является самостоятельным, завершенным научным исследованием.

Вместе с тем, следует обратить внимание на некоторые замечания по автореферату:

– в таблице 3 (стр. 13-14) представлен анализ показателей результативности работы с аудиторией в социальной сети «ВКонтакте», проведенный с помощью сервиса аналитики соцсетей JagaJam в ноябре 2020 года. Однако из автореферата не ясно, как были определены показатели результативности работы с аудиторией;

– автор отмечает, что в процессе разработки креативной вирусной идеи могут преследоваться информативные, стимулирующие, обучающие, провокационные и напоминающие цели (стр. 15). Целесообразно было бы представить классификацию вирусных коммуникаций.

Приведенные замечания не снижают общую положительную оценку, теоретическую и практическую ценность выполненного исследования и носят дискуссионный характер.

В целом, содержание автореферата свидетельствует о том, что диссертационная работа на тему «Вирусный маркетинг в системе продвижения товаров и услуг» соответствует требованиям Положения о присуждении ученых степеней, а ее автор Сошенко Инна Викторовна 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).

Доктор экономических наук, профессор

Суворова Алевтина Павловна

Я, Суворова Алевтина Павловна, согласна на автоматизированную обработку персональных данных.

**Сведения об авторе отзыва:**

**ФИО:** Суворова Алевтина Павловна

**Ученая степень:** доктор экономических наук (08.00.05)

**Ученое звание:** профессор

**Место работы:** Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Поволжский государственный технологический университет»

**Должность:** профессор кафедры менеджмента и бизнеса

**Контактные адреса:**

e-mail: SuvorovaAP@volgatech.net

телефон: 8(8362) 686079

почтовый адрес: 424000, Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, пл. Ленина, д.3



ЗАВЕРЯЮ  
Начальник отдела

Исакова С.А.