

## 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 современных условиях формирования глобального информационного пространства наблюдается значительный рост активности пользователей сети интернет, создание сети виртуальных сообществ, преобладание коммуникаций в цифровой среде над традиционными средствами коммуникации. В связи с чем предприятия вынуждены постоянно совершенствовать методы и способы ведения бизнеса, в частности продвижение товаров и услуг, в современных реалиях с использованием инновационных технологий и инструментов. Исходя из изложенного выше следует отметить, что разработка теоретико-методических основ и практических рекомендаций по совершенствованию вирусного маркетинга, как одной из наиболее перспективных технологий в системе продвижения товаров и услуг, является достаточно актуальной.

Для достижения поставленной цели в работе решен ряд взаимосвязанных задач, которые комплексно, системно и глубоко раскрывают проблематику исследований.

Обоснованность полученных результатов обусловлена использованием и критической обработкой большого объема фактического материала, библиографических источников, применением общенаучных и специфических методов исследования, апробацией результатов на научно-практических конференциях различных уровней.

Значительный научный интерес представляет разработанная концептуальная схема вирусного маркетинга с детализацией инструментов вирусной коммуникации, предложенная типология вирусных коммуникаций и модель формирования маркетинговой стратегии продвижения товаров и услуг.

Практическую ценность имеет комплексный подход к оценке коммуникативной активности предприятий в социальных сетях, позволяющий выявить сильные и слабые стороны маркетинговой политики продвижения предприятий и оценить перспективные направления работы в области вирусного маркетинга.

Отмечая безусловные преимущества работы, следует выделить ряд дискуссионных положений и замечаний.

С целью формирования эффективной маркетинговой стратегии и выработки конкретных тактических мероприятий по популяризации бренда на наш взгляд

целесообразно было бы конкретизировать причины низкой результативности работы предприятий с целевой аудиторией в социальных сетях.

В автореферате не нашел практической реализации предложенный механизм распространения вирусных сообщений на конкретных предприятиях и оценки результативности маркетинговой стратегии продвижения товаров и услуг.

Вместе с тем, высказанные замечания не снижают общую положительную оценку, научную ценность и практическую значимость диссертационной работы и ее автор Сошенко И.В. 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, Юлдашева Оксана Уряковна, согласна на автоматизированную обработку персональных данных.*

Заведующий кафедрой маркетинга  
д.э.н., профессор (08.00.05)

Юлдашева Оксана  
Уряковна

