

## ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Строкиной Л.А. на тему «Управление нейромаркетингом торговых предприятий», поданной 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)

Современные условия функционирования отечественных предприятий характеризуются ускорением изменений в маркетинговой среде, обострением конкурентной борьбы за потребителя, развитием информационных технологий, инновационными процессами во всех сферах деятельности, что обуславливает необходимость использования руководителями новых подходов к управлению нейромаркетингом торговых предприятий, в основе которых лежит интегрированный подход. В настоящее время актуальным становится профессиональное управление нейромаркетингом торговых предприятий, поскольку именно это дает торговым предприятиям устойчивые долгосрочные конкурентные преимущества на рынке потребительских товаров и позволяет повысить их будущую конкурентоспособность. Поэтому, диссертационная работа Строкиной Л.А., посвященная решению задач по управлению нейромаркетингом торговых предприятий, в целом, является актуальной.

Целью диссертационной работы является разработка теоретико-методологических положений и практических рекомендаций по совершенствованию управления нейромаркетингом торговых предприятий. Для достижения этой цели автором обобщено большое количество теоретических работ по концептуальным основам маркетинга, проблемам нейромаркетинга. Научно обоснованная парадигма управления нейромаркетингом позволила автору предложить новый подход к управлению нейромаркетингом и разработать концепцию управления нейромаркетингом торговых предприятий.

Для обоснования целесообразности практического применения управления нейромаркетингом торговых предприятий автором проведены исследования по следующим направлениям: диагностика системы управления нейромаркетингом (с.11), оценка влияния стратегических активов нейромаркетинга на поведение покупателей (с.13), оценка результативности управления нейромаркетингом (с.15-16), для чего разработана методическая база исследования и прикладные компьютерные программы для обработки первичных данных.

Автором разработаны теоретико-методологические положения и практические рекомендации по совершенствованию управления нейромаркетингом торговых предприятий.

В работе разработана концепция управления нейромаркетингом торговых предприятий (с.9-10); усовершенствованы конstellация механизмов реализации системы управления нейромаркетингом (с.17-19), научно-методический подход к диагностике системы управления нейромаркетингом (с.11), научно-методический подход к оценке стратегических активов нейромаркетинга (с.13), научно-методический подход к оценке результативности управления нейромаркетингом (с.14); получило дальнейшее развитие: понятийно-категориальный аппарат управления нейромаркетингом торговых предприятий (с.8-9), модель стратегического управления нейромаркетингом (с.17), модель оценки результативности управления нейромаркетингом (с.16), матрица выбора стратегий управления поведением покупателей (с.19).

Все положения научной новизны нашли отражение в работах, опубликованных автором в научных изданиях.

Практическая ценность диссертации подтверждается соответствующими справками внедрения результатов исследования по диссертационной работе в практику деятельности предприятий.

Вместе с тем есть некоторые дискуссионные положения, касающиеся содержания автореферата:

- 1) целесообразно раскрыть сущность модели стратегического управления нейромаркетингом, приведенную на с.17 автореферата;
- 2) необходимо привести практические рекомендации по внедрению конstellации механизмов реализации системы управления нейромаркетингом в деятельность предприятий (с.19 автореферата).

Указанные дискуссионные положения носят рекомендательный характер и не уменьшают научно-практическое значение представленной работы и выносимых на защиту положений.

Рассмотрев основные результаты проведенного исследования, представленные в автореферате, можно сделать вывод, что диссертация является логически завершенным научным исследованием, характеризуется широтой постановки задач, новизной их решения, обоснованностью выводов и рекомендаций, тесной взаимосвязью методических и прикладных аспектов. Полученные результаты исследования основываются на теоретической разработке проблем, критическом обобщении научных трудов отечественных и зарубежных ученых. Достоверность полученных результатов базируется на использовании значительного массива данных, подтверждается достаточной апробацией и отражением в научных работах, использованием в учебном процессе, а также внедрением в практику деятельности торговых предприятий.

3

В целом, диссертация на тему «Управление нейромаркетингом торговых предприятий» соответствует установленным требованиям, а ее автор – Строкина Лариса Александровна – 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, Половян Алексей Владимирович, согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук (специальность 08.00.05 – Экономика и управление национальным хозяйством)  
Половян А.В.

Адрес: 283001, ДНР, Донецк, ул. Университетская, 24  
e-mail: polovyan@yandex.ru  
Название образовательной организации: ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»  
Должность рецензента: и.о. зав. кафедрой менеджмента, профессор

« 16 » сентября 2021 г.

  
(подпись)

А.В.Половян  
(ФИО)



УЧЕНЫМ СЕКРЕТАРЬ  
Н.Н. МИХАЛЬЧЕНКО