

## ОТЗЫВ

научного руководителя на диссертацию Письменной Анны Сергеевны, выполненную на тему «Научный и прикладной потенциал нейромаркетинга в системе маркетинговых исследований компании», представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)

Письменная Анна Сергеевна в 2013 году окончила ФГБОУ ВО «Государственный университет управления» по специальности «Маркетинг», с 2013 по 2015 гг. обучалась в аспирантуре по кафедре маркетинга того же университета по направлению подготовки 38.06.01 – Экономика, получив квалификацию «Исследователь. Преподаватель-исследователь». В период с 12 марта 2019 г. по 11 марта 2020 г. Анна Сергеевна проходила стажировку в аспирантуре ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет» по кафедре маркетинга по специальности 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством (маркетинг) для завершения диссертационного исследования.

В качестве темы диссертационного исследования Анна Сергеевна выбрала актуальное направление, связанное с исследованием особенностей формирования научного и прикладного потенциала нейромаркетинга в системе маркетинговых исследований компаний, что совпадало с ее практическими интересами и опытом работы в сфере нейромаркетинговых исследований. Именно это сделало работу не только актуальной с научной точки зрения, но и востребованной в маркетинговой практике компаний РФ.

В период прохождения стажировки на кафедре маркетинга СПбГЭУ Анна Сергеевна зарекомендовала себя как целеустремленная личность, обладающая сложившимися и развитыми исследовательскими навыками, как высококвалифицированный исследователь и молодой ученый, интересующийся современными проблемами теории и методологии маркетинга. Анна Сергеевна проявила продвинутое аналитические способности, необходимую для завершения работы исследовательскую хватку, умение быстро и качественно работать с большими объемами данных с использованием современных средств их обработки. Так, работа построена на глубоком анализе как зарубежной, так и русско-язычной литературы, размещенной в БД Scopus, WoS, РИНЦ. Для обработки данных Анна Сергеевна использовала продвинутые техники сбора и обработки результатов в современном ПО с использованием методов регрессионного и кластерного анализов.

Что касается личных качеств Анны Сергеевны, то ее можно охарактеризовать как цельную личность, способную системно и качественно решать поставленные задачи, корректно формулировать и выявлять проблемное исследовательское поле, подходить к решению с творческих позиций и на альтернативной основе, проявляя самостоятельность и ответственность в получении конечного результата.

Результаты диссертационной работы Письменной А.С. представляют как практический, так и научный интерес, поскольку раскрывают особенности

становления потенциала нейромаркетинга в получении дополнительных данных в ходе нейромаркетинговых исследований для принятия стратегических решений компаниями. В связи с этим предложенные в работе теоретические и методические положения по исследованию и реализации потенциала нейромаркетинга востребованы как в учебном процессе, так и в маркетинговой деятельности.

Основные результаты диссертационного исследования представлялись автором на 7 международных конференциях, на научных семинарах кафедры маркетинга СПбГЭУ, а также внедрены в учебный процесс на программах бакалавриата и магистратуры.

По теме диссертации автором опубликовано 15 работ объемом 8,5 п.л. (в т.ч. 6,0 п.л. автора), в т.ч. 5 статей в рецензируемых журналах из перечня ВАК.

Работа представляет собой завершенное научно-квалификационное исследование, выполнена в полном объеме, цель и задачи исследования достигнуты, получены результаты, представляющие новизну для теории и практики маркетинга. Диссертация соответствует Паспорту научной специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг) пунктам: 9.1. Теоретические основы и современные направления развития рыночной политики компаний на основе концепции маркетинга; 9.7. Методы и технологии проведения маркетинговых исследований. 9.12. Факторы и мотивы потребительского поведения: методы исследования, оценка и использование в маркетинге Паспорта специальности 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

На основании этого считаю, что работа является квалификационной, выполнена на актуальную тему, в работе решена важная народнохозяйственная задача развития теоретических положений и методического инструментария по исследованию и реализации научного и прикладного потенциала нейромаркетинга в системе маркетинговых исследований компаний. Работа соответствует требованиям Положения ВАК о защите диссертаций, а ее автор заслуживает присвоения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Научный руководитель,  
д.э.н., профессор,  
заведующий кафедрой маркетинга  
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский  
государственный экономический университет



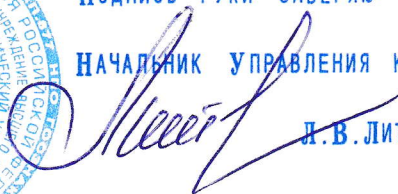
Юлдашева О.У.

191023, Санкт-Петербург, ул. Садовая, 21  
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный  
экономический университет»  
тел. +7 (812) 4589721, <https://unecon.ru>  
профессор кафедры маркетинга,  
e-mail: [o.yuldasheva@unecon.ru](mailto:o.yuldasheva@unecon.ru)



ПОДПИСЬ РУКИ ЗАВЕРЯЮ

НАЧАЛЬНИК УПРАВЛЕНИЯ КАДРОВ



Н.В. ЛИТУСОВА