

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Письменной Анны Сергеевны
на соискание ученой степени кандидата экономических наук на тему
«Научный и прикладной потенциал нейромаркетинга в системе
маркетинговых исследований компании»

В автореферате диссертации, представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по направлению «Маркетинг», изложены перспективы нового междисциплинарного направления – нейромаркетинга. Актуальность выбранной темы связана с тем, что благодаря ряду популярных книг для массового читателя вокруг нейромаркетинга существуют определенные мифы, и потребность в серьезном научном анализе их вполне созрела. Автор берется за эту непростую задачу и, насколько можно судить по автореферату, успешно избегает искушения упрощенного и поверхностного понимания нейромаркетинга.

В качестве первого же положения, выносимого на защиту, автор справедливо указывает на сложности, связанные с развитием нейромаркетинга и серьезные проблемы, в том числе регуляторные и этические, которые затрудняют возможности применения методов изучения нервной системы, для повышения эффективности маркетинговых инструментов. Эти проблемы имеют действительно фундаментальное значение, учитывая резко выросшую в последние годы озабоченность проблемой персональных данных, собираемых компаниями о потребителях, и возможностей их использования. Вместе с тем соискатель полагает, что эти проблемы являются преодолимыми, и нейромаркетинг обладает потенциалом для сбора принципиально иной информации о потребителях, недоступной для традиционных методов, и ее использования для развития более

эффективных маркетинговых стимулов, а также для предсказания поведения потребителей.

Автор предлагает рассматривать нейромаркетинг не просто как расширение технического инструментария маркетинговых исследований, но как самостоятельное направление деятельности компании, требующее разработки системы нейромаркетингового сопровождения. Концептуальной основой такой системы, по мнению соискателя, выступает модель маркетинг-микса. Содержание автореферата, в целом, позволяет согласиться с таким подходом, поскольку автор достаточно убедительно показывает разнообразие возможностей, предоставляемых нейромаркетингом для развития различных элементов маркетинг-микса. Обзор научных исследований, три кейс-стади российских нейромаркетинговых проектов, а также разработанные автором методические рекомендации вполне соответствуют этой модели. Проведенный опрос среди российских маркетологов также показал высокий интерес к нейромаркетингу среди тех, кто имеет опыт проведения такого рода исследований.

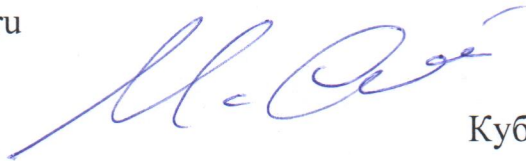
К числу недостатков работы можно отнести недостаточно детальное изложение лабораторных экспериментов, отражающих фактический опыт российских компаний в реализации нейромаркетингового подхода. Автор указывает, что такие исследования были проведены в сотрудничестве с компанией «Нейротренд», однако содержание автореферата не позволяет в полной мере оценить их методологию, результаты и бизнес-значение. Недостаточно проясненным также является вопрос о том, как развитие нейромаркетинга соотносится с другой важной тенденцией – расширением использования технологий «больших данных» о потребителях.

Указанные недостатки, однако, не носят принципиальный характер и могут быть устранены в процессе защиты. Автореферат представляет собой законченное, последовательное изложение основных результатов, полученных соискателем. Насколько можно судить, диссертация обладает новизной, научной и практической значимостью, выполнена на актуальную

тему и представляет интерес для специалистов не только в области маркетинга, но и смежных дисциплин. Основные положения диссертации обоснованы теоретически и эмпирически, апробированы в ходе выступлений на конференциях, в ряде научных публикаций, а также в практической деятельности.

Автореферат полностью соответствует требованиям п.9 и п.10 Положения ВАК РФ о порядке присуждения ученых степеней, а автор работы Письменная Анна Сергеевна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

д.э.н., профессор, профессор кафедры «Экономика и маркетинг»
Социально-экономического института СГТУ имени Гагарина Ю.А.
e-mail: ikublin@mail.ru



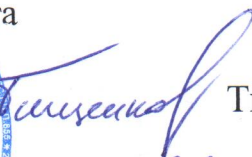
Кублин Игорь Михайлович

(диссертация д.э.н. защищена по специальности 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами, (промышленность))

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.»
Адрес: 410054, г. Саратов, ул. Политехническая, 77
Телефон (4722) 30-12-11
e-mail: rectorat@sstu.ru Сайт организации <https://www.sstu.ru>

Подпись д.э.н., профессора Кублина Игоря Михайловича
заверяю

Ученый секретарь Ученого совета
СГТУ имени Гагарина Ю.А.
доктор культурологии, доцент



Тищенко Наталья Викторовна

«22» ноября 2021 г.