

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации

Калыковой Натальи Николаевны на тему **«Теория и методология формирования и оценки нейробренда»**, представляющей на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

Современный маркетинг радикально трансформируется под влиянием перехода от традиционных визуальных коммуникаций к комплексному сенсорному воздействию, учитывающему иррациональные особенности потребительского поведения, цифровизацию всех сфер жизнедеятельности, а также развитие нейротехнологий, позволяющих анализировать подсознательные потребительские реакции. Данные изменения обусловлены обостряющейся конкурентной борьбой и ростом издержек в производственно-логистических системах, в результате чего возникает необходимость в разработке инновационных подходов к организации взаимодействия между участниками рынка, что актуализирует поиск новых парадигм маркетингового воздействия, ориентированных на глубинные механизмы потребительского восприятия. В этом контексте диссертационное исследование Калыковой Н.Н., предлагающее инновационный подход, синтезирующий сенсорный маркетинг, адаптированные нейротехнологии и цифровые платформы для создания принципиально новой модели управления в производственно-торговой деятельности особо актуально и своевременно.

В данном контексте особую научную и практическую ценность приобретает разработанная в диссертационном исследовании теоретико-методологическая платформа нейробрендинговых исследований, позволяющая систематизировать и расширить понятийный аппарат современного маркетинга за счет:

- уточнения содержания базовых категорий («нейромаркетинг», «сенсорный маркетинг», «сенсорный бренд»), «бренд») для обоснования феномена нейробренда;
 - разработки концептуальных основ нейромаркетинга как самостоятельного направления исследований;
 - установления взаимосвязей между нейробиологическими процессами и покупательским поведением.
- Автором представлены принципиально новые инструменты анализа потребительских предпочтений, основанные на:
- комплексном учете мультисенсорных факторов воздействия (визуальных, тактильных, вкусовых, обонятельных стимулов);

- алгоритмах обработки нейрофизиологических реакций с применением технологий искусственного интеллекта и глубокого машинного обучения;
- моделировании оптимальных параметров товарного размещения в торговом пространстве.

Практическая значимость исследования проявляется в сокращении цикла «товар-покупатель» за счет точного позиционирования продукции, оптимизации затрат на мерчандайзинг и выкладку товаров как в розничном, так и в онлайн-ритейлах, создания эффективных коммуникационных стратегий на основе полученных нейроданных, прогнозирования покупательских решений, адаптации алгоритмов машинного обучения для анализа покупательского поведения, компьютерных технологий обработки больших данных.

Проведенное исследование вносит существенный вклад в развитие маркетинговой науки, предлагает системный подход к управлению покупательским поведением на основе современных достижений маркетинга, нейроэкономики, когнитивной психологии. Практическая реализация полученных результатов позволяет принципиально изменить парадигму взаимодействия между производителями, продавцами и потребителями в условиях цифровой трансформации экономики. Особую ценность представляют авторские предложения, которые используются в деятельности Министерства экономического развития Республики Крым, Союза «Торгово-промышленная палата Республики Крым», Министерства сельского хозяйства Республики Крым и Министерства развития производства, формирования и продвижения региональных брендов, о чем имеются соответствующие справки о внедрении. Основные положения и результаты диссертационного исследования апробированы в научных журналах, представленных на международных, всероссийских и региональных научно-практических конференциях, форумах и конгрессах.

Основные положения диссертационной работы опубликованы в 79 научных трудах, в том числе в одной единичной и в двух коллективных монографиях, в 30 статьях в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК РФ, в 22 свидетельствах о регистрации авторского права.

Оценивая диссертационную работу позитивно, отметим следующие замечания. В автореферате не рассмотрено, на каком этапе разработки и продвижения товара, в какой организационной структуре целесообразно проводить изложение в диссертации системы исследования нейробренда. Также в тексте автореферата на стр. 29 указано, что ароматизация положительно влияет на визуальное и тактильное восприятие упаковки в премиум- и массовом сегментах (FMCG), что свидетельствует о кросс-модальном взаимодействии. Однако не раскрыто, каким именно методом были получены эти данные: проводились ли специализированные сенсорные тесты, опросы респондентов, нейрофизиологические измерения или иные экспериментальные процедуры.

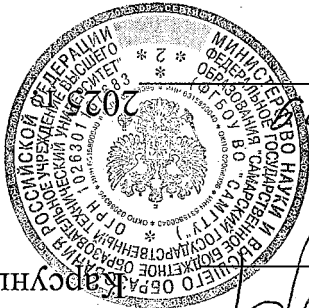
В целом, замечания не снижают качества диссертационной работы и не влияют на общую положительную оценку.

Общий вывод: диссертационная работа Кальковой Н.Н. на тему «Теория и методология формирования и оценки нейробренда» является завершённым исследованием, выполнена на актуальную тему, имеет теоретическое и практическое значение, соответствует пунктам 9-14 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 г. №842 (в действующей редакции), и ее автор, Калькова Наталья Николаевна, заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Настоящим даю согласие на автоматизированную обработку моих персональных данных в документах, связанных с работой диссертационного совета

Карсунцева Ольга Владимировна
Доктор экономических наук (08.00.05), доцент
директор филиала
ФГБОУ ВО "Самарский государственный
технический университет"
в г. Сызрани

Подпись *Карсунцева О.В.* заверяю
«СамГТУ» в г. Сызрани
Отдел кадров филиала ФГБОУ ВО



С.И. Чувашкин
«02»

Сведения об организации:
Федерального государственного образовательного учреждения
высшего образования «Самарский государственный технический университет»
443100, Самарская область, город Самара, ул. Молодогвардейская, д. 244
Телефон: 8 (846) 278-43-11
E-mail: rector@samgtu.ru
Сайт: www.samgtu.ru