

РЕЦЕНЗИЯ НА СТАТЬЮ

Авторы Захарян А.В., Храмченко А.А., Кобзев К.В., Карпенко А.И.

Название статьи Современные методы продвижения товаров в эпоху цифровизации

1. Актуальность темы

Тема статьи актуальна, так как в современных условиях требуется модернизировать и трансформировать рекламную политику из-за очень быстрого и динамического развития социально-экономических отраслей.

2. Научная новизна, значимость работы

В статье рассматриваются современные методы продвижения товаров, меняющие традиционный подход к маркетингу.

3. Логичность и последовательность изложения материала

Структура статьи логична и последовательна, что позволяет читателю легко следовать за изложенными аргументами.

4. Проведение анализа по заявленной проблематике

Авторы статьи анализируют ключевые стратегии: маркетинг влияния, реклама в социальных сетях, контент-маркетинг; рассматриваются эволюцию методов продвижения в цифровую эпоху.

5. Статистическая обработка материалов (эксперимент)

В статье не представлены результаты статистической обработки материалов и экспериментов.

6. Исполнение методов научного познания

Авторы используют различные методы анализа и синтеза, что позволяет получить комплексное представление о проблематике.

7. Цитируемость научных источников

Источники, использованные авторами, отражают современный взгляд на проблему и являются достаточно актуальными.

8. Научный стиль изложения, терминология

Статья написана четким и понятным языком, не перегружена излишней узкоспециальной терминологией.

9. Соответствие правилам оформления

Статья полностью соответствует требованиям, предъявляемым к научным работам такого рода.

10. Замечания рецензента

Замечаний по работе нет.

Рекомендации к опубликованию (подчеркнуть)		
<u>Публиковать безусловно</u>	Публиковать после доработки/устранения замечаний	Отклонить (обосновать)

Рецензент: Бабкина Анастасия Валентиновна

Ученая степень: кандидат экономических наук

Должность: доцент

Место работы: ФГБОУ ВО «РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева»



Мещеряков И.А. Мещеряков