

РЕЦЕНЗИЯ НА СТАТЬЮ

Автор **Полудова Дарья Александровна**

Название статьи **Применение инновационных методов продвижения продукции в машиностроении: опыт внедрения CRM-системы**

Актуальность темы Маркетинг является важнейшей частью рыночной деятельности, которая определяет жизнь каждой организации. Он формирует основные направления и правила работы любой компании, поскольку становится особо значимым в организации бизнеса. Одну из ключевых позиций в современном бизнесе в условиях кризиса занимает инновационный и альтернативный маркетинг, которые развиваются вместе с современными информационными технологиями. Инновационный маркетинг предназначен для постоянного поиска новых методов, приемов и стратегий продвижения продукции, которые помогут предприятию успешно реализовывать свою продукцию на современном развивающемся рынке товаров и услуг. Объединяющей особенностью успешных мероприятий альтернативного маркетинга является ориентация на использование креативных решений, которые вызывают резонанс в рыночной среде и позволяют достигать высоких финансовых результатов при сравнительно небольших затратах на рекламу. Как известно, маркетинг является одной из основных функций рыночной деятельности, как совокупность процессов продвижения товаров и услуг для определенной целевой аудитории и управления взаимоотношений с покупателями для получения прибыли организации. Стратегия продвижения товара является одним из ключевых элементов маркетингового плана компании, в ней фиксируются цели рекламных кампаний, базовые принципы и подходы маркетинговых коммуникаций бренда, общая долгосрочная стратегия продвижения продукта на рынок. Маркетинг предполагает перенос основного упора с производства на проблемы потребителя. Акцент на нужды потребителя – это не только структурные и технологические проблемы, но и серьезная организационная, структурная, психологическая перестройка всей работы любого предприятия.

Научная новизна, значимость работы Рассмотренные в процессе исследования материалы отражают особенности формирования и анализ состояния рынка реализации продукции, разработаны методики и предложения по совершенствованию продвижения продукции, что позволит повысить эффективность практической маркетинговой деятельности в данной сфере. Содержащиеся в работе аналитические обзоры, выводы и результаты быть использованы предприятиями для совершенствования собственной маркетинговой деятельности. Рассмотренные в процессе исследования материалы отражают особенности проведения маркетинга, продвижения продукции малого бизнеса, разработаны методики и предложения по проведению маркетинговых коммуникаций, составлен ряд практических рекомендаций, которые позволят повысить эффективность практической маркетинговой деятельности.

Логичность и последовательность изложения материала Материал изложен логично и последовательно.

Проведение анализа по заявленной проблематике: **анализ проведен в достаточном объеме**

Статистическая обработка материалов (эксперимент): **статистические данные в достаточном объеме.**

Исполнение методов научного познания Использованы методы познания, анализа и синтеза, обобщения научной литературы, систематизации.

Цитируемость научных источников В статье достаточно хорошо проработана теоретико-методологическая база исследования.

Научный стиль изложения, терминология Стил изложения и терминология соответствуют научному, используется терминология, характерная для данной предметной области.

Соответствие правилам оформления Статья соответствует правилам оформления.

Замечания рецензента (если есть)

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

Логичность и последовательность изложения материала

Рецензент: Тимчук Оксана Григорьевна – к.э.н., доцент кафедры «Экономики и цифровых бизнес-технологий». Иркутский национальный исследовательский технический университет