

РЕЦЕНЗИЯ НА СТАТЬЮ

Авторы: Матвеев П.П., Матвеев П.Н.

Название статьи: Интегральный метод прогнозирования сроков проведения рекламных кампаний

1. Актуальность темы – определяется необходимостью развития системы комплексного прогнозирования эффективности рекламных кампаний, а также интерпретации их результатов.
2. Научная новизна, значимость работы - связана с попыткой теоретического обоснования сроков проведения рекламной кампании путем построения динамической модели, на основе которой предложен новый инструмент расчёта и прогнозирования сроков рекламной кампании.
3. Логичность и последовательность изложения материала – материал изложен последовательно и логично.
4. Проведение анализа по заявленной проблематике – аналитический материал исследования соответствует заявленной проблематике. Предложенный в данном исследовании метод обладает универсальностью и функцией «тонкой» настройки.
5. Статистическая обработка материалов (эксперимент) – не требуется.
6. Исполнение методов научного познания - использованы эмпирические и теоретические методы исследования, примененные для анализа полученных данных, в том числе: мониторинг, описание, формализация и др.
7. Цитируемость научных источников – адекватно тематике статьи использованы актуальные источники, охватывающие период с 2011 по 2019 гг.
8. Научный стиль изложения, терминология - в статье корректно использована научная терминология.
9. Соответствие правилам оформления - соответствует.
10. Замечания рецензента (если есть) – отсутствуют

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

Рецензент: Дудкина О.В.



Ученая степень: Кандидат социологических наук

Должность: Доцент

Место работы: Донской государственный технический университет

Подпись к.с.н., доц. Дудкиной О.В. заверяю:

Декан факультета Сервис и туризм,

д.ф.н., проф.

Минасян Л.А.