

РЕЦЕНЗИЯ НА СТАТЬЮ

Автор Королев Андрей Александрович

Название статьи Роль коммуникационной стратегии в продвижении бренда

1. Актуальность темы

Статья полностью соответствует тематике журнала. В статье исследуется ключевая роль коммуникационных стратегий в продвижении бренда в современных рыночных условиях.

2. Научная новизна, значимость работы

Теоретическая значимость результатов исследования состоит в том, что сегодня коммуникационная стратегия превращается в ключевой элемент успешного брендинга. При этом её эффективность напрямую зависит от глубины понимания характеристик и потребностей целевой аудитории.

3. Логичность и последовательность изложения материала

Стиль изложения материала четкий и последовательный, что свидетельствует о компетентности автора в исследуемом вопросе.

4. Проведение анализа по заявленной проблематике

В статье в результате обзорного исследования определено, что сегодня в контексте разработки эффективной коммуникационной стратегии для продвижения бренда ключевыми становятся такие направления, как интеграция цифровых и традиционных каналов коммуникации, персонализация коммуникаций, эмоциональный брендинг и одноканальность коммуникаций.

5. Статистическая обработка материалов (эксперимент)

Основное внимание в работе акцентировано на том, что грамотно выстроенные коммуникации способствуют формированию лояльности аудитории к бренду, повышению его узнаваемости и достижению конкурентных преимуществ в различных рыночных условиях.

6. Исполнение методов научного познания

Методологическую основу исследования составили общенаучные методы познания, в частности, методы экономического и логического анализа, системный метод, синтез, метод декомпозиции, имитационное моделирование.

7. Цитируемость научных источников

Источники, цитируемые в настоящей статье, отражают современную точку зрения на исследуемую проблему.

