

## **Рецензия**

### **на статью «Основные признаки цифрового маркетинга как инструмента взаимодействия компаний с потребителями в рамках новых медиа»**

**С.В. Лепнухов**

Статья посвящена исследованию цифрового маркетинга через призму феномена новых медиа и их сопоставления с традиционными средствами массовой информации. Автор рассматривает новые медиа как расширяющееся информационно-коммуникационное пространство, формирующее качественно иные условия для взаимодействия компаний с потребителями, продвижения товаров и услуг, а также построения маркетинговых коммуникаций. Актуальность темы обоснована тем, что маркетинговая деятельность в современных условиях все более опирается на цифровые средства связи и контентные платформы, а понимание специфики новых медиа становится необходимым условием эффективного управления коммуникациями.

В работе предложен системный перечень признаков цифрового маркетинга, обусловленных характеристиками новых медиа: интерактивностью, мультимедийностью, таргетированием и персонализацией, возможностью постоянного обновления контента и круглосуточной доступностью для аудитории. Существенным элементом статьи является сопоставление традиционных и новых медиа по ключевым параметрам коммуникации, что позволяет автору подчеркнуть переход от монологовой и централизованной модели к диалоговой, децентрализованной и ориентированной на обратную связь. Отдельно акцентируется роль профессиональных компетенций маркетолога и необходимость технологического обновления компании как условий эффективности цифрового маркетинга.

#### **Сильные стороны статьи**

Тема исследования отличается высокой актуальностью, поскольку новые медиа становятся доминирующей средой коммуникации между бизнесом и потребителями, а цифровой маркетинг фактически выступает базовым инструментом продвижения и взаимодействия с целевой аудиторией.

Достоинством работы является четкая логика изложения и структурированная систематизация признаков цифрового маркетинга, связанных с ключевыми характеристиками новых медиа (интерактивность, мультимедийность, таргетирование и персонализация, динамичность контента).

Автор корректно использует сравнительный подход, наглядно показывая различия маркетинговых коммуникаций в традиционных и цифровых медиа, что повышает объяснительную ценность исследования и делает выводы более убедительными.

Практическая значимость статьи заключается в том, что сформулированные признаки цифрового маркетинга и их сопоставление с традиционными каналами могут быть применены при разработке маркетинговых стратегий компаний, формировании требований к компетенциям специалистов и выборе инструментов взаимодействия с потребителями.

### **Перспективы исследования**

Перспективным направлением развития темы может стать дополнение теоретических выводов эмпирическим анализом (например, кейсами компаний или сравнением эффективности отдельных инструментов новых медиа в зависимости от отрасли и типа аудитории). Также представляется важным более детально раскрыть вопрос измерения результативности диалоговой коммуникации и обратной связи в новых медиа, включая показатели вовлеченности, лояльности и влияния мультимедийного контента на потребительское поведение.

### **Заключение**

Статья С.В. Лепнухова представляет собой содержательное исследование, направленное на уточнение ключевых признаков цифрового маркетинга в условиях развития новых медиа. Работа отличается логичной структурой, научной корректностью и ясностью выводов. Представленные положения обладают теоретической и практической значимостью для дальнейших исследований в области цифрового маркетинга и медиакоммуникаций, а также для прикладной деятельности компаний, выстраивающих взаимодействие с потребителями в цифровой среде.

**Рекомендуется к публикации в журнале.**

Рецензент – Гребеник Виктор Васильевич, доктор экономических наук, профессор, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Россия

Reviewer – Grebenik Victor Vasilyevich, Doctor of Economics, Professor, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

