

В диссертационный совет 24.2.366.11
на базе ФГАОУ ВО «Российский
государственный гуманитарный университет»
по адресу: 125047, г. Москва, Миусская пл., д. 6. стр. 6

ОТЗЫВ
на автореферат диссертационной работы
Хохлова Даниила Александровича

на тему: «Формирование алгоритмической модели и разработка инструментов медиапланирования в перформанс-маркетинге», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

Диссертационное исследование Хохлова Д. А. посвящено актуальной проблеме повышения результативности управления рекламными кампаниями в цифровой среде. Устойчивый рост стоимости конверсии при высокой концентрации рекламных бюджетов в цифровых каналах свидетельствует о нарастающем разрыве между операционными возможностями современных рекламных платформ и управленческими практиками медиапланирования, сформировавшимися в иных технологических условиях. Диссертант предлагает системный ответ на этот вызов – целостную алгоритмическую модель, развивающую логику управления рекламным процессом.

Научная новизна работы обусловлена прежде всего её системным характером. Большинство существующих подходов к цифровому медиапланированию решают частные задачи – оптимизацию ставок, сегментацию аудитории или оценку конкретного канала – не предлагая интегрирующей управленческой рамки. Диссертант восполняет этот пробел: уточнение теоретических основ перформанс-маркетинга в контексте

холистической концепции, формализация рекламной гипотезы как базовой единицы планирования, разработка метода оценки конверсии через показатель BCR и правил бюджетирования на основе теории ограничений – каждый из этих элементов является самостоятельным вкладом, а в совокупности они образуют связную модель управления.

Заслуживает отдельного внимания концепция рекламной гипотезы. Её введение решает не только методическую, но и организационную задачу: формализованное описание гипотезы через четыре параметра создаёт единый язык для взаимодействия маркетолога, аналитика и подрядчика, снижая информационные потери при постановке и оценке задач. Накопленная база верифицированных гипотез становится активом компании, сохраняющим ценность при смене платформ или рыночной конъюнктуры, что подтверждено опытом работы в условиях ухода ряда зарубежных площадок.

Разработанные инструменты: матрица таргетированных атрибутов, схема построения медиаплана, форма отчётности, образуют готовый к внедрению операционный стандарт, выражают практическую значимость исследования.

Однако необходимо заметить, что предложенная модель выстроена вокруг коротких итерационных циклов тестирования и оперативной корректировки параметров кампании. Такая логика оптимальна для тактического уровня управления рекламой. Вместе с тем, маркетинговая деятельность компании включает и стратегические решения о позиционировании, ценностном предложении, долгосрочном развитии бренда, которые формируются на значительно более длинных временных отрезках. Каким образом результаты итерационного тестирования гипотез транслируются в стратегические маркетинговые решения?

Высказанные замечания не снижают положительной оценки диссертационного исследования и отражают интерес к дальнейшему развитию предложенного подхода.

Диссертационная работа Хохлова Даниила Александровича является самостоятельно выполненной завершённой работой и соответствует требованиям пп. 9–14 «Положения о присуждении учёных степеней», утверждённого Постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. № 842. Автор заслуживает присуждения учёной степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры стратегического
и инновационного развития
факультета «Высшая школа
управления» ФГБОУ ВО «Финансовый
университет при Правительстве
Российской Федерации»



Захаренко Ирина Кимовна

«21» апреля 2026 г.

Подпись Захаренко Ирины Кимовны удостоверяю



СПЕЦИАЛИСТ
ПО КАДРАМ

С. В. СЕЛИЩЕВА

Контактная информация:

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации»

Россия, 125167, г. Москва, Ленинградский просп., д. 49/2

E-mail: academy@fa.ru

Тел.: 8 (495) 985-44-44