

**РЕЦЕНЗИЯ НА СТАТЬЮ,
поступившую в журнал «Агрофорсайт»**

Автор(ы) Бочарова Алина Геннадьевна

Название статьи КОММУНИКАЦИОННЫЕ И МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ
ПРОДВИЖЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

1. Соответствие тематики статьи указанному номеру

научной специальности по классификации ВАК

Соответствует ☒

Не соответствует ☐

соответствует _____

Если отмечено «Не соответствует», то указать номер(а) специальностей по номенклатуре ВАК

2. Соответствие названия статьи ее содержанию

Соответствует ☒

Не соответствует ☐

Если отмечено «Не соответствует», то обязательно наличие содержательного комментария

3. Оценка научной статьи по критериям по 5-ти бальной шкале

Критерий	1-балл отсутствует	2- балла плохо	3-балла удовлет- ворительно	4-балла хорошо	5-баллов отлично
• оригинальность;					+
• логическая строгость;					+
• статистическая строгость;				+	
• ясность и лаконичность стиля письма;					+
• теоретическая значимость;				+	
• достоверные результаты;				+	
• актуальность для современных областей исследования;					+
• воспроизводимость результатов;					+
• охват литературы;					+
• применение результатов					+

3. Актуальность тематики статьи:

Да ☐

Нет (частично) ☐

полнота и объективность отражения в статье существующего состояния
рассматриваемых вопросов:

Да ☒

Нет (частично) ☐

наличие библиографических ссылок на значимые публикации в характерных
источниках информации, в том числе за последние годы:

Да ☒

Нет (частично) ☐

Если отмечено «Нет», то приводятся рекомендации авторам

4. Новизна представленных научных результатов;

Да ☒

Нет (частично) ☐

научная и/или практическая значимость;

Да ☒

Нет (частично) ☐

обоснованность изложенных научных результатов;

Да ☒

Нет (частично) ☐

корректность использованной методологии, методов, приемов исследования;

Да ☒

Нет (частично) ☐

иллюстративный материал достаточно полно отражает изложенные научные результаты

Да ☐

Нет (частично) ☒

Если отмечено «Нет», то обязательны замечания и рекомендации авторам

5. Особые замечания (при необходимости)

Работа представляет собой системное исследование маркетинговых и коммуникационных стратегий продвижения инновационной продукции в современных рыночных условиях. Автор убедительно демонстрирует динамический характер маркетинговых коммуникационных стратегий (МКС), обосновывая их необходимость адаптировать к стадиям жизненного цикла продукта: от информирующей дифференциации на этапе внедрения до целостной омниканальной коммуникации на стадии зрелости. Особое значение имеет предложенная стратегия информирующей дифференциации (СИД) с чётким набором инструментов и КРІ для этапа запуска, а также её практическая апробация на примере компании «ЭкоНИВА». Исследование опирается на авторитетные источники (Котлер, Ансофф, Роджерс, Мур), сочетает теоретический анализ с прикладными рекомендациями и даёт менеджерам инструмент для последовательного выстраивания коммуникации — от формирования первичного спроса до максимизации пожизненной ценности клиента (LTV).

Статья рекомендуется для печати в представленном виде

6. Заключение рецензента

Статья рекомендуется для печати в представленном виде



Статья может быть рекомендована для печати после устранения замечаний



Требуется значительная переработка статьи и повторное рецензирование



Статья не рекомендуется для печати



Статья соответствует требованиям Публикационной этики журнала «Агрофорсайт», отсутствует конфликт интересов авторов и рецензента.

Рецензент _____

(ФИО полностью, место работы, должность, ученая степень, моб. тф, e-mail)

(подпись)

(Ф.И.О.)

Дата 12.11.2025