

ОТЗЫВ

на диссертационную работу Ольмезовой Надежды Александровны на тему: «Управление позиционированием портфеля брендов», представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч. маркетинг)

Ольмезова Надежда Александровна в 2012 году с отличием закончила Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского по специальности «Товароведение и экспертиза в таможенном деле» и получила квалификацию магистра по товароведению и экспертизе в таможенном деле, товароведа эксперта. В этом же году поступила в аспирантуру этого Университета, которую закончила в 2016 году по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством.

За время работы над диссертацией Ольмезова Н.А. проявила себя как целеустремлённый, грамотный, творческий и ответственный исследователь, способный к научному труду и применению своих знаний на практике. При выполнении диссертационной работы автором четко определены и сформулированы цели и задачи исследования, проанализированы полученные результаты, проведена серьезная аналитическая работа по исследуемому вопросу, продемонстрирована способность выбора адекватных для решения поставленных задач, методов исследования и интеграции результатов собственных исследований с имеющимися научными данными.

Диссертация Ольмезовой Надежды Александровны посвящена актуальной проблеме, т.к. необходимость выхода на новые рынки, привлечение новых групп потребителей, освоение новых продуктов требуют создания не только новых брендов или суббрендов, но и организации эффективного взаимодействия существующих, что приводит к необходимости управления формированием и позиционированием портфеля брендов.

В диссертации Ольмезовой Н.А. на основе поставленных задач логично сформирована структура исследования. Результатом работы стал ряд обоснованных положений и рекомендаций, формирующих научную новизну диссертации, основными из которых являются:

- концепция управления позиционированием портфеля брендов, которая базируется на построении молекулы портфеля брендов, включающей всю совокупность брендов, влияющих на решение потребителя вне зависимости от владения ими;

- механизм формирования молекулы бренда предприятия, сформированный на основе системного подхода;

- матрица позиционирования портфеля брендов, включающая четыре уровня, на которых предложено использовать макро-, мезо-, микро-модели, дополненные логической дифференциацией, что в совокупности позволяет сделать выбор относительно формирования заявления о позиции бренда на рынке.

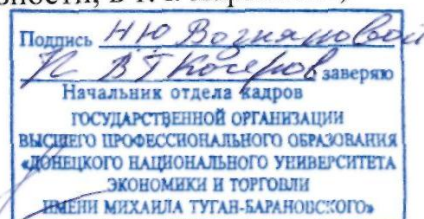
Диссертация выполнена в соответствии с планом научно-исследовательских работ ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского». Ольмезова Н.А. участвовала в выполнении хоздоговорной темы, в рамках которых был исследован портфель брендов ООО СПКФ «ЮКАС», построена ассортиментная матрица и разработаны рекомендации по управлению позиционированием портфелем брендов; предложен механизм формирования молекулы портфеля брендов и матрица позиционирования портфеля брендов для формирования заявления о позиции. Предложения и рекомендации, разработанные в диссертации, использованы в деятельности торговых предприятий, что подтверждено справками о внедрении. Основные положения диссертационной работы используются в учебном процессе ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» при изучении дисциплин экономической направленности.

По результатам исследования диссертантом опубликовано 8 научных работ, среди которых: 4 статьи в профессиональных научных изданиях, рекомендованных ВАК; 4 тезисов докладов по материалам конференций. География публикаций – ДНР, Россия, Украина, Черногория.

Логичность и четкость изложения диссертационной работы, а также качество научных публикаций по избранной тематике, отражающих содержание работы, свидетельствуют о высокой научной квалификации автора

Выше изложенное позволяет сделать вывод, что диссертация Ольмезовой Надежды Александровны на тему: «Управление позиционированием портфеля брендов» соответствует требованиям ВАК, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч. маркетинг).

Научный руководитель:
д.э.н., доцент,
профессор кафедры маркетинга
и коммерческого дела



Н.Ю. Возианова