

Отзыв

на автореферат диссертации **Ольмезовой Надежды Александровны**
на тему: «*Управление позиционированием портфеля брендов*»
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).

Возрастающая роль инновационной деятельности предъявляет новые требования к вопросам о выборе наиболее эффективных механизмов продвижения товаров на рынке. Для успешного ведения бизнеса необходимо проведение систематической оценки имеющихся брендов, брендинга и управления позиционированием портфеля брендов, что и обосновывает актуальность темы исследования.

Автором четко сформулированы цель и задачи, объект и предмет исследования, связь работы с научными программами, методы исследования и информационная база.

Результаты диссертации прошли надлежащую апробацию на научно-практических конференциях. Ее основные положения и выводы достаточно полно освещены в научных публикациях автора, опубликованных в научных изданиях.

В процессе исследования раскрыты сущность бренда и брендинга, проведена систематизация понятий бренда в современных управленческих системах; исследованы портфельные концепции в управлении брендом: проведен их анализ, установлены принципы и взаимосвязи; исследованы известные методические подходы к управлению брендом на основе марочного позиционирования и разработана концепция управления позиционированием портфеля брендов.

Автореферат дает достаточно полное представление о диссертации благодаря системному описанию всех структурных разделов работы и четкому выделению автором основных результатов проведенных исследований.

Детальное изучение автореферата позволяет сделать вывод, что результаты диссертационной работы всесторонне обоснованы, являются достоверными, имеют научную новизну и практическую значимость, что подтверждено справками о внедрении, а также используются в учебном процессе ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского».

В то же время в диссертации, как это следует из автореферата, есть дискуссионные вопросы, которые требуют дополнительного аргументирования:

1. Требуется пояснения сходства и различия категорий «брендинг» и «позиционирование портфеля брендов».

2. На рис. 1 с. 8 автореферата представлен концептуальный подход к управлению позиционированием портфеля брендов. На наш взгляд

следовало бы добавить связи между инструментами, моделями и результатами.

3. Как повлияет управление позиционирования портфеля брендов на результаты хозяйственной деятельности предприятий ДНР?

В целом, отмеченные замечания не уменьшают значения полученных теоретических и практических результатов и не влияют на результаты диссертационной работы.

Считаем, что представленная к защите диссертационная работа Ольмезовой Надежды Александровны по научной новизне, обоснованности основных положений, изложенных в публикациях, полностью отвечает требованиям, 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).

Я, Бондарчук Алина Викторовна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Кандидат экономических наук,
08.07.02 – экономика сельского хозяйства и АПК,
доцент, заведующий кафедрой экономико-
правовых и социально-гуманитарных
дисциплин ГУ ЛНР «Луганская академия
внутренних дел имени Э.А.Дидоренко»

Алина Викторовна Бондарчук

91001, ЛНР, Луганск, ул.Пушкина, д.1
Тел./факс: +38(0642) 59-96-94
e-mail: lugavd@mail.ru
сайт: <http://lavd.mvdlnr.ru>

Подпись заверяю:
Начальник отдела по работе с личным составом
ГУ ЛНР «Луганская академия
внутренних дел имени Э.А.Дидоренко»



Л.И. Лысикова