

ОТЗЫВ

*на автореферат диссертации Ольмезовой Надежды Александровны
на тему «УПРАВЛЕНИЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕМ ПОРТФЕЛЯ
БРЕНДОВ», представленной 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)*

В современном информационно насыщенном мире покупателям становится все труднее ориентироваться среди огромного количества товаров, торговых марок и брендов, рекламных заявлений и обещаний превосходства и полезности объекта продаж. В тоже время руководители предприятий непосредственно сталкиваются с необходимостью продвижения продукции, управления портфелем брендов и его позиционированием. И в этом плане нужны системные знания.

Тема диссертационной работы является актуальной, так как позволяет решить вопросы дальнейшего развития теоретических, организационно-методических и практических основ управления позиционированием портфеля брендов предприятия.

В работе четко сформулированы цель и задачи исследования, его объект и предмет. Так, целью работы стало обобщение теоретических основ и разработка научно-практических рекомендаций по совершенствованию управления позиционированием портфеля брендов.

Недостаточное исследование обозначенных проблем, определили логическую последовательность изложения материала и полученные результаты научной новизны (с. 2-3).

Автором усовершенствован концептуальный подход к управлению позиционированием портфеля брендов; механизм разработки бренда; модель системы управления продвижением на основе позиционирования брендов предприятия; механизм формирования молекулы бренда и матрица позиционирования портфеля брендов. Кроме того, дальнейшее развитие получила классификация брендов и категориальный аппарат управления позиционированием портфеля брендов.

Теоретическое значение полученных результатов определяется актуальностью исследования, достигнутым уровнем разработанности исследуемых проблем, научной новизной, полученной в результате исследования, развитием методологии и расширением подходов к решению проблем управления позиционированием портфеля брендов предприятия. Результаты проведенного Ольмезовой Н.А. исследования внедрены в учебный процесс университета, что подтверждено соответствующей справкой (с. 4).

Работа, безусловно, имеет практическую значимость в части расширения методического аппарата бренд-менеджмента, что подтверждено справками о внедрении от четырех предприятий (с. 4).

Автором, по результатам исследования опубликовано 8 научных работ общий объем которых составил 2,75 п.л., с хорошей географией апробации результатов (с. 5).

Логика исследования predeterminedила последовательность и направления его проведения. Так, изучены теоретические подходы к исследованию концепций брендинга (с. 6-7); проведен маркетинговый анализ бренда (с. 7-11); обоснованы подходы, позволяющие разработать стратегию позиционирования портфеля брендов предприятия (с. 11-19).

Вместе с тем, в автореферате диссертационной работы имеются отдельные неточности и дискуссионные моменты.

На с. 6 отмечено, что предложена классификация брендов и указаны основные классификационные признаки, однако целесообразно было бы показать ее целиком.

На с. 18 представлена модель системы управления продвижением на основе позиционирования брендов предприятия, из которой следует, что вся система действий должна привести к продаже, сделке. Не ясно, автор разделяет эти термины или считает их синонимичными.

Вместе с тем, отмеченные замечания не снижают научной и практической ценности работы. Диссертация на тему: «Управление позиционированием портфеля брендов» соответствует требованиям ВАК к кандидатским диссертациям, а ее автор, Ольмезова Надежда Александровна, заслуживает присвоения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч. маркетинг).

Согласен на автоматизированную обработку персональных данных.

Доктор экономических наук
08.00.01 – Экономическая теория,
профессор, профессор кафедры
менеджмента и маркетинга



Каюков Владимир
Викторович

169300 Республика Коми, ул. Октябрьская, д.13, к. 307;

+79121040970;

vkaukov@ugtu.net;

ФГБОУ ВО «Ухтинский государственный технический университет».

Подпись заверяю:

Служебный
но

«27» 02

