

ОТЗЫВ

на автореферат диссертационной работы
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)

Диссертационная работа выполнена на актуальную тему и решает важную задачу, связанную с управлением позиционированием портфеля брендов предприятия.

Цель работы определена, как обобщение теоретических основ и разработка научно-практических рекомендаций по совершенствованию управления позиционированием портфеля брендов, которая, как это следует из автореферата диссертации, полностью выполнена через решение девяти последовательно поставленных в работе задач. Это в свою очередь позволило получить ряд результатов исследования, составивших научную новизну.

В работе четко сформулированы объект и предмет исследования, определены методология и методы, которые применялись при проведении исследования.

Следует отметить, что работа имеет связь с научными программами, планами, темами, выполняемыми в ГО ВПО «Донецкий национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского». В частности, ряд положений, полученных автором диссертационной работы использованы при выполнении хоздоговорной темы № 2/2016 «Диагностика состояния и рыночных позиций предприятия и разработка рекомендаций по их совершенствованию» (г. Донецк, ООО СПКФ «ЮКАС»).

Несомненная научная новизна работы заключается в разработке концептуального подхода к управлению позиционированием портфеля брендов (с. 8); алгоритма позиционирования портфеля брендов (с. 17) и модели системы управления продвижением продукции предприятия на основе позиционирования брендов предприятия (с. 18) и др.

Согласно требованиям к работам подобного уровня, результаты

исследования опубликованы в восьми статьях в профессиональных изданиях и материалах конференций; прошли необходимую апробацию на конференциях разного уровня; практическая значимость отдельных полученных автором результатов подтверждена справками о внедрении от четырех предприятий, а также результаты исследования внедрены в учебный процесс, что также подтверждено справкой о внедрении.

В работе исследованы теоретические подходы относительно концепции брендинга, что позволило автору уточнить отличия его от торговой марки и торгового знака и развить категориальный аппарат управления позиционированием портфеля брендов и его классификацию. Проведение маркетингового анализа бренда осуществлено на основе изучения международного опыта и отечественных особенностей, представлены конкурентные позиции брендов отечественных производителей, произведена оценка позиций товарных категорий (с. 10) и влияние на продвигаемый бренд «Экономичная хозяйка» ООО СПКФ «ЮКАС» брендов, не принадлежащих предприятию, но играющих важное значение для его провидения (с. 10-11).

В работе предложен механизм формирования молекулы портфеля брендов предприятия (с. 12), позволяющий увидеть все взаимосвязи, учитывать особенности функционирования предприятия на рынке и специфику установления взаимоотношений с другими предприятиями, имеющими собственные бренды, чтобы при реализации продвижения выбрать направления, усиливающие в глазах потребителя значимость собственного бренда.

Представляет научно-практический интерес предложенная автором матрица позиционирования портфеля брендов (с. 16), позволяющая концентрировать внимание специалистов на существенные моменты при формировании заявления о позиции.

Однако, несмотря на все положительные моменты работы, из автореферата не видно какие автор выявил особенности и тенденции брендинга. Больше внимания следовало было уделить сущности матрицы

(фильеры) состава бренд-бука.

Следует отметить, что сделанные замечания не снижают достоинства работы, как законченного, целостного научного исследования.

Общий вывод: диссертационная работа «Управление позиционированием портфеля брендов» Ольмезовой Надежды Александровны, соответствует требованиям ВАК к кандидатским диссертациям, а ее автор заслуживает присвоения ей 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, Оборин Матвей Сергеевич, согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством, профессор кафедры экономического анализа и статистики Пермского института (филиала) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

Оборин М.С.

Сведения:

Ф.И.О. Оборин Матвей Сергеевич

Ученая степень: доктор экономических наук

Место работы: Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

Должность: профессор кафедры экономического анализа и статистики

Контактные данные:

Email: matvey_uk@rambler.ru

Телефон: (342)282-57-45

Почтовый адрес: 614070, г. Пермь. ул. Бульвар Гагарина, 57

Подпись профессора кафедры экономического анализа и статистики, д.э.н. М.С. Оборина заверяю:



Специалист по кадрам
С.В. Шишлова
С.В. Шишлова