

## **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 условиях кризиса и жесткой конкуренции перед предприятиями возникает достаточно сложная задача, связанная с удержанием своих позиций на рынке и сохранением эффективности деятельности, что связано с созданием сильного портфеля брендов; формированием позитивного мнения целевой аудитории; ростом корпоративного влияния в определенном сегменте рынка. Это обуславливает необходимость разработки научно обоснованной концепции управления продвижением товаров и позиционированием портфеля брендов, в связи с чем, тема диссертационной работы Ольмезовой Н.А. является востребованной и актуальной.

В работе четко поставлены задачи исследования, что позволило обеспечить их реализацию через использование широкого теоретико-методологического аппарата и современных методов исследования.

Практическое значение результатов диссертации использованы в хозяйственной деятельности ряда предприятий: ООО СПКФ «ЮКАС», Ассоциации «Предприниматели ДНР», Сеть магазинов «Семейный квартал», ООО «Научно-исследовательский центр «ФОРУМ», что подтверждено соответствующими актами внедрения.

Отдельные результаты, полученные в диссертационной работе, используются в учебном процессе ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», что также подтверждено справкой о внедрении.

Следует отметить и то, что работа имеет связь с научными исследованиями, проводимыми в университете в рамках выполнения хоздоговорной темы.

Автором на защиту вынесены семь положений, имеющих научную новизну и практическую ценность не только для менеджмента предприятий, но и для специалистов, занимающихся исследованием и развитием брендов и брендингом в Донецкой Народной Республике.

В работе предложен оригинальный концептуальный подход к управлению позиционированием портфеля брендов, который основывается на построении молекулы портфеля брендов как совокупности всех брендов, влияющих на решение потребителя вне зависимости от владения ими. Моделирование молекулы бренда позволит предприятию глубоко понять организационную структуру бренда и учитывать это при формировании бюджета на продвижение, четко устанавливать цели стратегии бренда и позиционирования портфеля брендов, способствуя адекватному восприятию бренда потребителями.

Существенную практическую ценность имеет механизм формирования молекулы портфеля брендов предприятия, методика оценки позиций товарных категорий бренда, результаты оценки конкурентных позиций брендов отечественных производителей.

Исходя из автореферата диссертации следует, что автор все основные идеи, положения и рекомендации апробировал на четырех конференциях, проходивших в городах Донецке, Перми (РФ), Днепрпетровске (Украина), Будве (Черногория). По результатам исследования ею опубликовано восемь научных работ, объемом 2,75 п.л.

Однако в автореферате диссертационной работы недостаточно внимания уделено вопросам разработки маркетинговой стратегии позиционирования портфеля брендов.

Также следовало бы уточнить позицию автора в отношении деятельности по обеспечению спроса в представленной на рисунке 6 модели системы управления продвижением на основе позиционирования брендов предприятия.

В целом, не смотря на указанные дискуссионные моменты, содержание автореферата свидетельствует о том, что диссертационная работа Ольмезовой Н.А. является завершенной научно-квалификационной работой на актуальную тему, соответствует требованиям, предъявляемым к такому типу работ, 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, Пасешник Наталья Петровна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.*

Кандидат экономических наук,  
08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством,  
доцент кафедры управления и бизнеса  
ОУ ВО «Южно-Уральский институт  
управления и экономики»

Пасешник Наталья Петровна

454084, Россия, г. Челябинск, ул. Кожзаводская, 1;  
Тел.: +7 (351) 731-01-10; +7(912) 7715777  
e-mail: paseshnic@mail.ru;  
сайт: <http://inueso.ru/>

Подпись заверяю:  
Начальник отдела кадров  
ОУ ВО «Южно-Уральский институт  
управления и экономики»



Н.И. Валеева