

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)

Тема диссертации Ольмезовой Н.А. является актуальной. В работе четко сформулированы цель, задачи, объект и предмет исследования, методология и методы его осуществления.

Диссертантом в работе проведено обобщение теоретических основ и разработаны научно-практические рекомендации по совершенствованию управления позиционированием портфеля брендов, а именно: проведена систематизация концепций брендинга в современных условиях; рассмотрены портфельные концепции в управлении брендом; предложен концептуальный подход к управлению позиционированием портфеля брендов; изучен международный опыт, тенденции брендинга и его особенности в современных условиях Донецкой Народной Республики; рассмотрен механизм формирования портфеля брендов; проведена комплексная диагностика конкурентного позиционирования брендов предприятий; разработана организационная модель управления позиционированием портфеля брендов на основе системного и молекулярного подходов; усовершенствовано управление позиционированием портфеля брендов на основе молекулярного анализа; разработана маркетинговая стратегия позиционирования портфеля брендов.

Работа имеет теоретическую ценность и практическую значимость, что подтверждено справками о внедрении от предприятий республики и от ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» о внедрении в учебный процесс при преподавании дисциплин: «Маркетинг», «Брендинг», «Маркетинговая товарная политика». Диссертация выполнена согласно научным исследованиям, проводимым университетом в рамках хоздоговорной темы, что подтверждает практическую ценность работы.

Результаты работы апробированы на четырех конференциях разного уровня; опубликовано четыре статьи в специализированных научных изданиях и четыре работы в материалах конференций общим объемом 2,75 п.л, с соответствующей географией ДНР, Россия, Украина, Черногория.

В результате реализации системного подхода, методического и комплексного выполнения каждого раздела диссертационной работы были решены основные научно-практические задачи, поставленные в ней, за счет чего была достигнута основная цель исследования.

Проведенное Ольмезовой Н.А. исследование позволило получить ряд результатов, имеющих научную новизну, а именно:

Усовершенствован: концептуальный подход к управлению позиционированием портфеля брендов; механизмы разработки бренда и формирования молекулы бренда предприятия; разработана матрица позиционирования портфеля брендов и модель системы управления продвижением на основе позиционирования брендов предприятия.

Получили дальнейшее развитие: классификация брендов и уточнен ряд понятий, расширяющий категориальный аппарат бренд-менеджмента (портфель брендов; бренд-носитель; ключевой бренд; суббренды; поддерживающие бренды; вспомогательные бренды; молекула брендов).

Невзирая на высокий уровень теоретической и практической составляющей автореферата Ольмезовой Н.А, следует отметить некоторые недостатки: имеются определенные неточности в названии сети «ZOOM» в молекуле портфеля брендов (с. 15); предложенная классификация брендов лишь частично раскрыта по тексту автореферата (с. 6); указаны критерии, но не видно, как именно наполнены эти критерии.

Несмотря на замечания, представленные в автореферате теоретические и методические разработки содержат элементы научной новизны, определяются актуальностью, достоверностью и имеют практическую ценность. Это дает основание утверждать об аргументированности и достоверности полученных результатов исследования.

В завершении, необходимо отметить, что диссертационная работа Ольмезовой Надежды Александровны является целостным завершенным научным исследованием, которое по характеру поставленной научно-практической цели, по тематике, структуре и полноте изложенного материала, качеству полученных результатов отвечает нормативным требованиям ВАК к диссертациям такого уровня, 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).

Согласен на автоматизированную обработку персональных данных.

Рецензент:

Директор Института экономики и права (филиал)
Образовательного учреждения профсоюзов высшего
образования «Академия труда и социальных отношений»
в г. Севастополе, зав. кафедрой экономики и менеджмента,
кандидат экономических наук по специальности 08.06.02 –
Предпринимательство, менеджмент и маркетинг.
доцент

299011, Россия, г. Севастополь,
ул. Балаклавская, 11
Тел. 8 (8692) 65-02-48
shestoff.sergej@yandex.ru
sevatiso.ru



Шестов
С.Н. Шестов
*Подпись Шестова С.Н.
заверено
Наг. 6/12. 2017 г. Шелестина*