

В диссертационный совет Д 212.196.04 на
базе ФГБОУ ВО «Российский
экономический университет
имени Г.В. Плеханова»

ОТЗЫВ НАУЧНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ

д.э.н., профессора Данченко Л.А. на диссертационную работу Мартасова Дениса Алексеевича на тему: «Совершенствование системы управления брендом готовых замороженных продуктов компании-производителя», представленную на соискание учёной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)

Мартасов Денис Алексеевич, 1986 г.р., гражданин России, в 2006 г. закончил Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ)» по специальности «Менеджмент организации». С 2007 по 2009 год им были сданы экзамены по иностранному языку (английский), философии и специальности. С 2011 по 2015 год являлся аспирантом заочной формы обучения ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ)», в 2016 году в качестве соискателя был прикреплен к кафедре маркетинга ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» (г. Москва) для подготовки к защите диссертационной работы на соискание ученой степени кандидата экономических наук. В 2017 г. Д.А. Мартасов завершил работу над диссертационным исследованием, прошел все необходимые процедуры обсуждения и предзащиты и представляет свою диссертацию к защите в диссертационный совет.

В процессе подготовки диссертационной работы, Мартасов Д.А. принимал активное участие в научных конференциях и семинарах, опубликовал 19 публикаций, среди которых 7 научных статей в рецензируемых научных изданиях, 2 монографии и 10 статей, тезисов и докладов в прочих научных изданиях.

Диссертация Мартасова Д.А. посвящена актуальной темс. Повышение конкурентоспособности отечественных товаров на рынке продуктов питания

является задачей стратегической и социальной значимости. Профессиональный брендинг российских производственных компаний становится действенным инструментом создания и повышения спроса на отечественные продукты питания, экономического благополучия российских производителей. Товарные бренды таких компаний имеют свои особенности и требуют адаптации применяемой методологии к специфике конкретной отрасли, тем более это важно для новых товарных категорий. Специфика категории готовых замороженных мясных продуктов и ее целевой аудитории определяет отличия в маркетинге и, в частности, брендинге, этого рыночного сегмента (даже, например, отличие от близкой категории полуфабрикатов). Несмотря на значительное развитие теории и практики брендинга, остаются недостаточно исследованными проблемы дифференцированного позиционирования товарных категорий, гармонизации бренд-менеджмента в каналах товародвижения, учета отраслевой и отечественной специфики в управлении брендами, что определяет актуальность выбранной темы и направления исследования.

В диссертации Мартасова Дениса Алексеевича дополнены и развиты теоретические положения в области маркетингового управления товарным брендом, определены научно-методические особенности маркетинговых исследований на рынке новых товарных категорий, проводимых в целях бренд-строительства, предложена и апробирована методика такого исследования, а также адаптирован подход к сегментированию нового рынка с учетом специфики потребительского поведения. Автором доказана необходимость при формировании платформы бренда в новой товарной категории включать мероприятия по продвижению бренда производителя в каналы распределения на основе дифференцированного подхода и маркетинга отношений, формирующего отношение к бренду субъектов канала и их сотрудников. Разработана схема – структура рынка, позволяющая учитывать взаимодействие субъектов канала распределения при создании цепочки формирования ценности товарного бренда компании – производителя.

Применение обширного материала, основанного на анкетировании большого числа респондентов, разнообразных аналитических методов позволили автору разработать обоснованные решения в области брендинга

новой товарной категории для производителя продуктов питания. Разработанные теоретические положения являются следствием изучения, анализа и критического обобщения передового опыта научных исследований по данному вопросу.

В период проведения диссертационного исследования Мартасов Д.А. показал себя исследователем, способным результативно применять теоретические знания для систематизации анализируемого материала, разработки актуальных методов исследования. Во время работы над диссертацией соискатель показал глубокие профессиональные знания в области брендинга, продемонстрировал творческий подход, инициативу и целеустремленность.

Все это позволяет сделать вывод, что диссертация Мартасова Дениса Алексеевича соответствует требованиям пункта 9 «Положения о присуждении ученых степеней», предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 - «Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)» (Постановление Правительства РФ № 842 от 24.09.2013 г.), а соискатель Мартасов Денис Алексеевич заслуживает присуждения ему ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 - экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Научный руководитель:
Данченко Лариса Александровна,
д.э.н., профессор,
Декан факультета «Бизнес-школа
маркетинга и предпринимательства»,
профессор кафедры маркетинга
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»
адрес места работы: 117997, Москва,
Стремянный пер., 28
рабочий тел.: +7 (499) 237 92 19,
e-mail: Danchenok.LA@rea.ru

