

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

**Отзыв  
на автореферат диссертации**

**Мартасова Дениса Алексеевича на тему «Совершенствование системы управления брендом готовых замороженных продуктов компании-производителя», представленной на соискание учёной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)**

Диссертация Мартасова Д.А. посвящена проблеме разработки методов совершенствования системы бренд-менеджмента на рынке потребительских товаров, в новых товарных категориях с низким уровнем проникновения. В качестве методических подходов повышения эффективности системы брендинга рассмотрено применение комплексной программы исследования рынка, как в части участников товаропроводящей цепочки, так и потребительских восприятия и поведения; усовершенствованного способа сегментации потребителей, построения модели потребительского поведения, основанной на анализе точек контакта с брендом; алгоритма формирования бренд-платформы. Видится, что поставленная задача актуальна и практически значима. Автор нашел неординарное решение данной задачи, разработал систему алгоритмов и методов, применяя которые возможно повысить такие показатели эффективности управления брендом, как уровень знания, уровень потребления, имидж бренда, сила бренда, скорость проникновения бренда в каналы распределения, коэффициент маркетинговых индексов (знание в потребление). В автореферате получены новые результаты:

- выявлены тенденции и факторы развития бренд-менеджмента, доказана необходимость совершенствования системы управления брендом и предложены направления,
- разработан алгоритм комплексного маркетингового исследования рынка со стороны участников канала распределения и потребителей с учетом

специфики новых рынков, находящихся в начальной стадии развития,

- разработаны рекомендации для сегментации потребителей на рассматриваемом типе рынка, построения модели брендинга на основе изучения «потребительского пути» к выбору бренда, создания платформы бренда на примере крупной компании-производителе, работающей на рынке готовых продуктов мясопереработки, относящемся к анализируемому типу рынков.

Цель, поставленная перед диссертационным исследованием, достигнута в полном объеме, исследовательские задачи решены. В автореферате представлены выводы по итогам проведенного исследования. Замечаний не выявлено. Автореферат свидетельствует о том, что проведено глубокое исследование, которое обладает научной новизной, теоретической и практической значимостью.

Исследовательская работа соответствует требованиям «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного постановлением Правительства РФ от 23 сентября 2013 г. № 842, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Автор Мартасов Денис Алексеевич заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 - «Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)».

Заведующий кафедрой «Экономика и стратегическое управление»

Института экономики и менеджмента

ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет

имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»,

д.э.н., профессор

  
/О.Л. Гойхер/

Олег Лазаревич Гойхер

01.06.18

Адрес: 600005, г. Владимир, ул. Горького, 79 Тел. 8 (4922) 47-76-89

Эл. Почта: [Oleg.gooher@yandex.ru](mailto:Oleg.gooher@yandex.ru)

Подпись заверяю:

Начальник УК



М.М. Малахова