

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

Диссертационное исследование Д.А. Мартасова посвящено актуальной задаче повышения релевантности и эффективности системы управления брендом потребительских товаров. Соискатель добился весомых научных результатов, созданы методические разработки в области бренд-менеджмента для развивающихся рынков. Все решенные в работе и представленные в автореферате задачи являются актуальными и практически значимыми. Автор решил поставленные задачи новыми способами, разработав систему алгоритмов и методов, применяя которые можно добиться лидирующих рыночных позиций для брендов, представленных в мало изученных участниками рынка и потребителями категориях, обладающими значительным потенциалом роста.

В качестве новых результатов, полученных в диссертационном исследовании:

1. Систематизированы и усовершенствованы основные понятия в области брендинга, описана система управления брендов, включающая в себя как основные инструменты, так и способы получения обратной связи и сохранения адаптивности системы к меняющимся условиям внешней среды. Даны направления ее дальнейшего развития (стр. 9-12).

2. Доказана необходимость нового алгоритма изучения рынка в связи с особенностями восприятия как участниками каналов продаж, так и потребителями товарных категорий, находящихся в начале развития (стр. 12-18).

3. Развита методика к сегментации потребителей брендов новых товарных категорий путем пересечения ряда ключевых параметров: социально-демографического, психографического и поведенческого (стр. 8-20).

4. Создана модель потребительского выбора бренда в рамках новой товарной категории (стр. 20-22).

5. Предложен усовершенствованный алгоритм разработки бренд-платформы для компаний, работающих в новых товарных категориях (стр. 22-24).

Цель, заявленная в диссертационном исследовании, достигнута в полном объеме, задачи решены. В автореферате представлены выводы по итогам

проведенного исследования.

В качестве замечаний следует отметить:

- из автореферата не ясно, каким образом были выявлены поведенческие критерии для потребителей в рамках решения задачи по сегментации (с. 19-20);
- по нашему мнению, необходимо было оценить затраты и рыночные преимущества комплекса бренд-менеджмента в новых товарных категориях и устойчивых долгосрочных сегментах рынка. Это позволило бы оценить компаниям целесообразность стратегического выбора в пользу работы с развивающимися категориями с точки зрения имеющихся ресурсов (с. 24).

Несмотря на обозначенные замечания, автореферат свидетельствует о том, что проведено глубокое исследование, которое обладает научной новизной, теоретической и практической значимостью.

Диссертация 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, а ее автор Мартасов Денис Алексеевич заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 - «Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)».

Профессор кафедры менеджмента
Владимирского филиала ФГБОУ ВО
«Российская академия народного
хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации»,
д.э.н., профессор
Юрий Николаевич Лапыгин
Адрес: 600017, Владимир, ул. Горького, 59а, Тел. (4922) 53-28-57
Эл. почта L1953@mail.ru

Ю.Н. Лапыгин/

30 мая 2018.

ЗАВЕРЯЮ

Начальник отдела
ПРАВОВОЙ И КАДРОВОЙ РАБОТЫ
Владимирского филиала РАНХиГС



А. С. Оборов