

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)**

Диссертационное исследование Мартасова Д.А. посвящено разработке способов повышения эффективности бренд-менеджмента при работе с новыми товарами, имеющими низкий уровень потребительской осведомленности. Для предприятий выбор между тем, сохранять свое присутствие в прежних рыночных нишах или заниматься диверсификацией путем освоения новых, является сложным. С одной стороны, второй путь является наиболее рискованным, с другой стороны, обладает высоким потенциалом получения финансового результата. Кроме того, чтобы успешно работать в новых нишах, предприятию требуются иные подходы к работе с брендами, так как традиционные могут не учитывать категорийную специфику и специфичное потребительское поведение относительно рассматриваемого типа рынка. Автор исследования отвечает на этот запрос бизнеса и предлагает конкретные инструменты как в части исследования рынка, так и создания, и продвижения бренда на его основе. Таким образом, мы считаем, что поставленная задача актуальна и имеет высокую практическую значимость. В автореферате получены следующие новые результаты:

- продемонстрированы актуальные тенденции и факторы развития бренд-менеджмента, показана необходимость совершенствования системы бренд-менеджмента для предприятий, работающих в новых рыночных нишах;
- предложен алгоритм комплексного изучения исследования рынка. В особенности интересно, что автор исследует не только потребительское поведение, но и участников каналов распределения, предлагая механизмы обеспечения быстрой пенетрации продукции в розничную сеть;

- разработаны рекомендации для определения потребительского ядра для нового бренда в развивающейся товарной категории, построена модель базового потребительского пути от получения информации о свойствах категории до выбора бренда;

- предложен алгоритм создания и продвижения потребительского бренда, а также способы измерения эффективности мероприятий. Интересны предложенные способы коммуникации бренда с рыночными участниками (посредниками).

Цель диссертационного исследования достигнута в полном объеме, задачи решены. В автореферате представлены выводы по итогам выполненного исследования. В качестве замечания, хотелось бы отметить следующее: в автореферате недостаточно подробно раскрыта методология исследований по замеру «здоровья бренда (brand-tracking)» в рамках описанной автором системы управления брендом (с. 11). Данная стадия является практически значимой, так как определяет эффективность процесса бренд-строительства и может вносить корректировки в дальнейший цикл управления брендом. Однако, замечание не снижает общей положительной оценки работы и ее высокой практической значимости. Автореферат доказывает, что проведено глубокое исследование, обладающее 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. Мартасов Денис Алексеевич заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 - «Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)».

Директор по маркетингу
ООО «Первый мебельный магазин»,

к.э.н.

Адрес: 105203, г. Москва, ул. Нижняя Первомайская, 59
Телефон: +7 926 8257955
E-mail: n.morgos@gmail.com

06.04.17

Никита Владимирович Моргось



Специалист отдела кадров
Дюкова С.А.