

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», представленную  
на соискание учёной степени кандидата экономических наук по  
специальности 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством  
(маркетинг)**

Необходимость повышения эффективности действий компаний в области управления брендами, а также поиск методов и способов усиления вовлеченности потребителей и участников рынка в совместное создание ценности бренда, недостаточная теоретическая и методологическая проработанность вопросов применения инструментов брендинга в товарных категориях, обладающих высокой степенью новизны, обуславливают актуальность данного диссертационного исследования.

В автореферате отражены теоретические основы и методические подходы к использованию различных инструментов формирования информационной базы для бренд-строительства и самого алгоритма создания бренд-платформы и ее продвижения на рынок.

Научная новизна исследования включает следующие положения:

- выявлены направления описанной системы управления брендами товаров массового спроса, обладающих невысокой степенью потребительского знания;

- предложены программы исследования рынка готовых замороженных продуктов, отличающегося свойством низкого уровня различимости его границ потребителями;

- предложена система управления брендом, в которую логично встроен исследовательский блок, учтены факторы среды, этапы управления брендом;

- построена модель потребительского выбора бренда в новой товарной категории и апробирована на примере рынка готовых замороженных продуктов;

- разработан алгоритм создания платформы бренда продукта в новой товарной категории с учетом специфики анализируемого рынка готовых замороженных продуктов.

Содержание автореферата показывает использование системного подхода, разнообразных методов маркетинговых исследований, в том числе с применением современных технологий, например, CAWI и CATI.

Полученные в работе результаты имеют теоретическую и практическую значимость.

Однако работ имеет ряд недостатков, из которых отметим следующее:

- в составленной системе управления (рисунок 1) недостаточно четко разграничены роли управляющей и управляемой системы, а на этапе разработки платформы бренда связи с потребителем носят односторонний характер, что может оказать влияние на качество принимаемых управленческих решений;

- в системе показателей оценки эффективности использования предложенных методических разработок недостаточно представлен блок экономических показателей, в том числе, связанных с затратами на проведение масштабного исследования и внедрения разработок.

Указанные замечания не снижают значимости проведенного исследования.

Диссертация Мартасова Дениса Алексеевича соответствует требованиям ВАК Министерства образования и науки РФ п. 9 «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 заслуживает присуждения ему степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Профессор кафедры Торгового дела и маркетинга  
ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»,  
д.э.н., доцент

Е.В.Щербенко

Щербенко Ева Владиславовна

Адрес: 600075, Красноярск, ул. Л.Прушинской, 2, Тел. 8 (913) 532-66-29

Эл. почта [sherbenko.e@mail.ru](mailto:sherbenko.e@mail.ru)



ФГАОУ ВО «СФУ»  
Щербенко  
Заварню  
15. 06 2018 г.