

Рецензия

Направление	Менеджмент
Профиль	Информационный менеджмент
Студент:	Кулешова Екатерина Александровна
Название работы:	Применение бизнес-аналитики в оценке лояльности потребителей к бренду

Обоснование выбора темы. Точность определения цели и задач ВКР <i>(обоснование выбора темы; четкость определения цели и задач ВКР; соответствие темы работы, цели и задач содержанию работы)</i>	5	4	3	2
Структура и логика изложения. <i>(обоснование структуры работы, последовательность и четкие формулировки названий разделов, глав, параграфов, соблюдение взаимосвязи между частями работы)</i>	5	4	3	2
Качество содержания. <i>(актуальность содержания; уровень анализа проблемы, глубина проведенного анализа; свободная ориентация в базовых областях менеджмента; качество аналитического обзора подходов к рассматриваемым проблемам; умение показать связь практических решений с передовыми достижениями теоретических исследований; обоснованность выводов и рекомендаций; полнота раскрытия темы, степень реализации заявленных целей и задач)</i>	5	4	3	2
Качество сбора и описания данных. <i>(качество использованных в работе литературы и иных источников; обоснованность и качество инструментария и методов исследования, их соответствия поставленным задачам, грамотность применения методологии, использования методов; обоснование методики сбора и обработки данных; качество подбора и описания используемых данных, их достоверность, адекватность применяемому инструментарию)</i>	5	4	3	2
Самостоятельность, проявленная при выполнении работы. <i>(умение разобраться в затронутых проблемах; обоснование собственного подхода к исследованию; обоснование авторского понимания значения теоретических концепций и возможностей их практического использования; самостоятельный характер изложения материала; умение аргументировать свою точку зрения; ясность изложения каждого вопроса)</i>	5	4	3	2
Качество оформления ВКР. <i>(оформление работы в соответствии с требованиями, предъявляемыми к оформлению ВКР: правильное оформление отдельных элементов текста/абзацев, заголовков, подзаголовков, внутренних заголовков, формул, таблиц, рисунков, ссылок)</i>	5	4	3	2

Каждый пункт оценивается по следующей шкале (в соответствии): «5» - ВКР соответствует всем требованиям; «4» - ВКР в основном соответствует требованиям; «3» - много требований в ВКР не выполнены; «2» - ВКР не соответствует требованиям.

Дополнительные комментарии:

Выпускная работа Кулешовой Екатерины Александровны выполнена на достаточно хорошем профессиональном уровне. Автор проявил себя как квалифицированный исследователь.

В работе проведено изучение основных методов оценки лояльности потребителей по отношению к бренду в социальных сетях. В качестве примера работы методов мониторинга бренда проведен анализ восприятия компании «МегаФон» в социальных сетях с помощью следующих инструментов:

- системы мониторинга социальных медиа BrandSpotter,
- приложения разработанного на основе API-методов для сети ВКонтакте,
- специально разработанного макроса Microsoft Excel,
- надстройки для системы «1С:Предприятие».

Дополнительно для SAP определены продукты, которые необходимы для реализации анализа тональности текста и разработан алгоритм такого анализа.

Реализация единого принципа анализа с помощью различных программных продуктов может быть полезна маркетологам и бизнес аналитикам компаний при выборе наиболее эффективного инструмента/сервиса.

В работе описаны основные алгоритмы получения, подготовки, обработки, интерпретации и визуализации, полученных из социальных сетей данных. Приложения на основе алгоритмов проверены и отлажены для Microsoft Excel и «1С:Предприятие»

По результатам проведенного анализа сделан вывод, что при общем положительном отношении пользователей к компании «Мегафон», наибольшее недовольство клиентов связано с тарифом «Переходи на НОЛЬ». На этом основании сформулирована рекомендация для компании «Мегафон» провести анализ причин недовольства клиентов и доработку условий тарифа.

Достоинством работы является подробное описание методов исследования.

К недостаткам работы следует отнести отсутствие анализа последних публикаций по теме работы, особенно статей, и неудачный стиль цитирования – 125 сносок в тексте и список литературы из 43 работ (из них 27 (!) - ссылки на сайты различных компаний). Если учесть, что у некоторых сайтов известных компаний число веб-страниц превышает несколько тысяч, такие ссылки практически никуда не указывают.

В работе отсутствует упоминание и анализ методов Sentiment analysis (по-русски, анализ тональности) - класса методов контент-анализа, предназначенных для автоматизированного выявления в текстах эмоционально окрашенной лексики и эмоциональной оценки авторов (мнений) по отношению к объектам, речь о которых идет в тексте (см., например, Википедию).

Возникают вопросы обоснования выбора инструментария. Сперва автор выделяет сервис BrandSpotter как возможный инструмент для решения поставленной задачи. Однако потом используются разнообразные инструменты, которые изначально совсем не предназначены для решения поставленных задач. При этом известные сервисы, например, <https://www.meaningcloud.com>, <https://azure.microsoft.com/en-us/services/cognitive-services/text-analytics/>, SAS Sentiment Analysis, IBM Watson Analytics и многие другие вообще не рассматриваются.

Вызывает вопросы целесообразность анализа рынка провайдеров систем Business Analytics и ERP в контексте основных задач работы.

Однако, указанные недостатки не снижают общего позитивного впечатления о работе.

Общий вывод: Выпускная квалификационная работа Кулешовой Екатерины Александровны полностью отвечает требованиям, предъявляемым к выпускным квалификационным работам по направлению 080200 – Менеджмент, профиль Информационный Менеджмент, и может быть оценена на «**хорошо**» (ECTS C), а ее автор заслуживает присуждения степени бакалавра по направлению 080200 – Менеджмент.

Дата: 30.05.2017



Рецензент: Яблонский С.А., к.т.н., доцент