**Рецензия**

|  |  |
| --- | --- |
| **Направление**  **Профиль** | **Направление 080200 – Менеджмент,**  **Профиль – Маркетинг** |
| **Студент:**  *(фамилия, имя, отчество)* | **Александрова Дарья Владимировна** |
| **Название работы:** | **ВЛИЯНИЕ МАРКЕТИНГА В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА НА ВОСПРИЯТИЕ ПРЕМИАЛЬНОСТИ КОСМЕТИЧЕСКОГО БРЕНДА** |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Обоснование выбора темы. Точность определения цели и задач ВКР**  *(о*боснование *выбора темы; четкость определения цели и задач ВКР; соответствие темы работы, цели и задач содержанию работы)* | **5** |  | 3 | 2 |
| **Структура и логика изложения**.  *(обоснование структуры работы, последовательность и четкие формулировки названий разделов, глав, параграфов, соблюдение взаимосвязи между частями работы)* | **5** | 4 | 3 | 2 |
| **Качество содержания.**  *(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)* | **5** | 4 | 3 | 2 |
| **Качество сбора и описания данных.** *(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)* | **5** | 4 | 3 | 2 |
| **Самостоятельность, проявленная при выполнении работы.**  *(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)* | **5** | 4 | 3 | 2 |
| **Качество оформления ВКР.**  *(оформление работы в соответствии с требованиями, предъявляемыми к оформлению ВКР: правильное оформление отдельных элементов текста/абзацев, заголовков, подзаголовков, внутренних заголовков, формул, таблиц, рисунков, ссылок)* | **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:**

Рассматриваемая проблематика темы исследования *актуальна,* поскольку премиальные бренды нередко сталкиваются с проблемой сохранения своего премиального имиджа при использовании социальных медиа в качестве инструмента маркетинговых коммуникаций. Существующее противоречие между характеристиками социальных медиа (массовость и обезличенность) и характеристиками премиальных брендов(уникальность и эксклюзивность) делает злободневным вопрос использования социальных медиа как инструмента для продвижения премиальных брендов.

Проведённое исследование *полностью отвечает поставленным* задачам, что делает достижимой ключевую *цель работы*: изучить механизм и характер влияния маркетинга в социальных медиа на восприятие премиальности брендов косметики.

Выпускная квалификационная работа хорошо структурирована, строго соблюден баланс между теоретической и практической частью работы. Структура работы отвечает логике поставленной цели и связанных с ней задач.

Работа представляет собой выполненное *на высоком теоретическом уровне* самостоятельное *исследование изучаемой проблемы.*

*Теоретическая значимость* результатов исследования состоит в том, что результаты данного исследования помогают дополнить область знаний, касающуюся управления премиальными брендами, в частности тех аспектов, которые затрагивают проблему влияния маркетинга в социальных медиа на восприятие премиальности бренда.

К достоинствам выпускной квалификационной работы можно отнести следующие положения:

К достоинствам выпускной квалификационной работы можно отнести следующие положения:

*Во-первых*, было уточнено понятие маркетинга в социальных медиа и выделены ключевые направления для продвижения бренда в социальных медиа. *Во-вторых*, были выявлены атрибуты, характеризующие особенности маркетинга в социальных медиа. *В-третьих*, с помощью проведенного анализа научной литературы была разработана теоретическая модель, раскрывающая механизм влияния характеристик маркетинга в социальных медиа на восприятие премиальности брендов.

*Практическая значимость* работы очевидна. Авторомразработаны рекомендации для косметических брендов относительно поддержания премиального имиджа бренда с помощью социальных медиа.

Высоко оценивая качество проведенного исследования, необходимо сделать отдельные критические замечания и пожелания автору в дальнейшей работе над этой актуальной темой.

1. В параграфе 2.3 (стр.39-43), посвященному рассмотрению особенностей восприятия премиальности бренда, автору следовало бы уделить внимание рассмотрению влияние эффекта страны происхождения на восприятие премиальных брендов ( а точнее, где был разработан дизайн премиального товара/ бренда). Практика доказывает, что в случае, если потребителям доносить информацию о том, где был  разработан дизайн премиального товара, то с большой степенью вероятности можно допустить, что и комплексная оценка и отнесение продукта к классу «люкс» будут положительными, и потребитель скорее примет решение о покупке.
2. Автор дипломного проекта при формировании эмпирической модели нередко обращается к понятию «потребительский капитал бренда», не в полном объеме раскрывая его понятие и структуру активов (правда, в табличном варианте - стр.57- активы потребительского капитала в урезанном виде рассматриваются в рамках концепции потребительского капитала бренда К.Келлера). Желательно было бы получить ответ от автора, что он понимает под понятием «потребительский капитал бренда», какие ключевые активы входят в его структуру (поскольку существуют различные модели потребительского капитала бренда).
3. Автор в теоретической части дипломного проекта справедливо обратил внимание на важность поиска и стимулирования рекламного персонажа-блоггера , который бы эффективно продвигал в социальных сетях премиальный бренд. Автору следовало бы в дальнейшем развить эту тему в практических рекомендациях, предлагая мероприятия продвижения премиальных брендов косметики с помощью celebrity в социальных сетях.

Вместе с тем, указанные замечания и пожелания не умаляют достоинств работы. В целом работа носит творческий, самостоятельный характер.

*Оформление работы* не вызывает претензий. Качество использования в работе источников соответствует всем предъявляемым к выпускным работам требованиям.

В стилистическом отношении работа производит впечатление логичной, структурированной и легко читаемой, исходя из чего можно сделать вывод о полноценном овладении автором навыков написания академических текстов, ожидаемых от выпускника образовательной программы бакалавриата.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что выпускная квалификационная работа  **Александровой Дарьи Владимировны *полностью отвечает требованиям***, предъявляемым к выпускным квалификационным работам по направлению 080200 – Менеджмент, профиль Маркетинг, и может быть оценена **на «отлично» (ECTS - 5А),** а ее автор заслуживает присуждения степени бакалавра по направлению 080200 – Менеджмент.

Рецензент:

д.э.н., профессор кафедры маркетинга

С.А.Старов



Дата «29» мая 2018 г.