

Рецензия

на выпускную квалификационную работу Мухановой Ольги Юрьевны на тему: «Социальные аспекты управления брендом банковской организации (на примере Сбербанка России)»

Актуальность выбранной темы обусловлена следующими обстоятельствами: во-первых, бренд, как нематериальный актив организации, является для нее конкурентным преимуществом; во-вторых, особенностью российского рынка выступает недостаток положительных примеров успешного развития брендов и их дальнейшего продвижения. Поэтому выбранная тема имеет важное значение для современного менеджмента.

Работа Мухановой О. Ю. носит исследовательский характер. Большое внимание в ней уделяется анализу теоретико-методологическим вопросам управления брендом. Автор подробно анализирует понятия «бренд» и «брендинг», рассматривает основные методологические подходы к их определению. Кроме того, в работе были всесторонне проанализированы ключевые этапы становления бренда Сбербанка России через эволюцию концептуальной сущности бренда.

Наряду с теоретическим анализом автором были проведены эмпирические социологические исследования на темы: 1) «Сбербанк глазами клиентов» и 2) «Управление брендом на региональном уровне». Первое исследование было проведено методом анкетирования, а второе методом – интервьюирования. Для совершенствования управления брендом особую значимость имеет второе исследование. Результаты интервьюирования региональных специалистов в области поддержания и продвижения бренда позволили на концептуальном уровне выявить основные проблемы управления процессом формирования и функционирования бренда банковской организации.

Достоинством данной выпускной квалификационной работы является авторская разработка модели социального механизма стратегического управления брендом на основе проведенного ранее теоретико-