САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**Отзыв на выпускную квалификационную работу**

*на тему:* ***«Маркетинговая стратегия платформенных компаний электронной торговли».***

выполненную **Тимошиной Алиной Сергеевной,** обучающейся на

ООП ВО по уровню бакалавриат по направлению 38.03.01 «Экономика»,

программа обучения: «Экономика фирмы и управление инновациями»

**1.Соответствие цели, задач и результатов исследования требованиям образовательного стандарта СПбГУ и образовательной программы в части овладения установленными компетенциями**

Цель работы – «анализ особенностей маркетинговой стратегии бизнес – платформы, обусловленных трансформацией маркетингового комплекса, и составление методики по разработке маркетинговой стратегии платформенной компании электронной коммерции» - соответствует требованиям образовательного стандарта СПбГУ. Ее достижение позволило автору работу овладеть установленными компетенциями.

**2. Обоснованность структуры и логики исследования**

Исследование построено логично. Обосновано целью работы и решаемыми задачами.

**3. Наличие вклада автора в результаты исследования с учетом результатов проверки ВКР на предмет наличия/отсутствия неправомерных заимствований**

Вклад автора в проведение исследования достаточно высок. Оригинальность текста 98,5%. Работа содержит научную и практическую новизну

**4.Научная новизна и практическая значимость исследования**

Н**аучная новизна работы** заключается в следующем:

* выявлены особенности применения новой концепции маркетинга-mix Ф.Котлера 4С для бизнес-платформы.
* представлена методика по разработке маркетинговой стратегии платформенной компании электронной коммерции.
* **Практическая новизна:**
* проведен маркетинговый анализ для компании «Ozon»;
* на основе проведенных исследований, автором разработана маркетинговая стратегия для компании «Ozon»;
* **5.Умение применять методологию и методики научного исследования**

Автор продемонстрировала умение применять следующие методы научного исследования:

* первичный и перекрестный SWOT-анализ
* PESTEL-анализ
* проведен анализ ценности рыночного предложения
* проведен конкурентный анализ ( анализ трафика из разных источников, анализ характеристик работы сайтов, статистика запросов).
* для определения перспективных сегментов была построена матрица McKinsey
* проанализированы способы продвижения бизнес-платформы
* проведено исследование политики ценообразования компании «Ozon»;
* построена матрица BCG по категориям товаров.

**6.Актуальность используемых информационных источников**

Автором использованы актуальные научные источники и статистические данные.

**7.Соответствие предъявляемым требованиям к оформлению ВКР**

ВКР оформлена в соответствие с требованиями СПбГУ.

**8.Соблюдение графика выполнения ВКР**

График выполнения работы соблюдался на всем протяжении подготовки ВКР

**9. Допуск к защите и оценка работы**

Работа допущена к защите с оценкой **«отлично».**

**Научный руководитель**

**К.э.н., доцент Крылова Ю.В.**

29.05.2020