

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Отзыв на выпускную квалификационную работу

на тему

*«Маркетинговые подходы к формированию цены на продукцию»*

**Зеленцовой Анастасии Андреевны,**

обучающейся по основной образовательной программе бакалавриата

«Экономика» по направлению «Экономика»

**1. Оценка качества работы:**

№ п. п.	Критерии оценки (проверяемые компетенции)	Баллы: от 0 до 10 <sup>1</sup>	Комментарии к оценке (обязательны для тех критериев, по которым есть замечания)
1.	<b>Актуальность темы ВКР</b>	10	Тема работы актуальна
2	<b>Соответствие содержания работы заявленной теме, цели исследования и содержанию полученных выводов</b>	8	Целью - является разработка маркетингового подхода к определению цены на новый товар бренда «Русская картошка». Содержание работы позволяет достичь поставленной цели
3	<b>Четкость постановки целей и задач исследования</b>	7	Цель и задачи сформулированы достаточно четко, однако, одна из задач «определить новые методы ценообразования» - не решена.
4	<b>Обоснованность структуры и логики исследования</b>	8	Работа построена достаточно логично
5	<b>Научно-практическое значение выводов</b>	5	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проведен анализ факторов, влияющих на формирование ценовой политики предприятия</li> <li>2. Представлено исследование особенностей ценообразования в розничной торговле</li> <li>3. Проведен анализ деятельности компании «Русская картошка», принципов и методов ценообразования, которые использует компания.</li> <li>4. Проведено маркетинговое исследование бренда «Русская картошка». ( проведено сегментирование покупателей, выбран</li> </ol>

<sup>1</sup> Выставление 0 баллов по одному из критериев автоматически означает рекомендацию оценки «неудовлетворительно» за работу в целом. В этом случае руководитель подробно обосновывает собственное мнение в п *Заключение/рекомендации* членам ГЭК.

			предпочтительный сегмент на основе прогноза экономической эффективности, сделан расчет CSI, предложены формы позиционирования бренда). 5. Разработана концепция нового продукта бренда и предложено несколько подходов к определению цены на новый продукт.
6	Качество аргументации положений работы, в том числе использования статистического и расчетного материала	5	В качестве аргументации автором используются: • PESTLE анализ • SWOT-анализ. • Экспертное интервью • Опрос потенциальных потребителей
7	Актуальность используемых информационных источников	6	Источники актуальны, однако используется слишком много учебной литературы (около 10 учебников и учебных пособий), что не предполагает рассмотрение актуальных проблем ценообразования, а позволяет лишь опираться на широко известные методы и подходы к ценообразованию
8	Соответствие предъявляемым требованиям оформлению ВКР	10	Работа оформлена в соответствии с требованиями
9	Соблюдение графика выполнения ВКР	7	Студентка стремилась к соблюдению графика
10	Полнота выполнения рекомендаций научного руководителя	9	Автор работы прислушивалась к рекомендациям
<b>Сумма баллов:</b>		<b>75</b>	<b>Хорошо С</b>

Сумма баллов	Оценка	Оценка ECTS
90 - 100	отлично	A
80 - 89	хорошо	B
70 - 79	хорошо	C
61 - 69	удовлетворительно	D
50 - 60	удовлетворительно	E
Менее 50	неудовлетворительно	F

6. **Наличие вклада автора в результаты исследования с учетом результатов проверки ВКР на предмет наличия/отсутствия неправомерных заимствований:** отчет о выявленных текстовых совпадениях, проведенный в системе антиплагиата «РукоТекст» и содержательная экспертиза текстовых совпадений позволяют сделать вывод об незначительной доле неправомерных заимствований. Результат проверки:

Оригинальные фрагменты: 77.75 %

Цитирование: 9.39 %

Обнаруженные заимствования: 12.86 %

7. **Заключение о соответствии цели, задач и результатов исследования требованиям образовательного стандарта СПбГУ и образовательной программы в части овладения установленными компетенциями:** соответствует

8. **Заключение/рекомендации членам ГЭК:** ВКР Анастасии Андреевны Зеленцовой представляет собой практически значимое исследование для конкретного бренда, реализуемого российскими ритейлерами. Автором предложен новый продукт, разработанный на основе опросов экспертов и потребителей продукции бренда, а также разработано несколько подходов к ценообразованию на указанный продукт.
9. **Оценка выпускной квалификационной работы:** считаю, что работа заслуживает оценки «хорошо»(С)

**Научный руководитель**  
к.э.н., доц. кафедры экономики предприятия,  
предпринимательства и инноваций СПбГУ  
19.05.2023



**Ю.В. Крылова**