

Отзыв

на выпускную квалификационную работу бакалавра

На тему: «СТРАТЕГИИ БРЕНДИНГА

КОМПАНИЙ».

Лавриненко Валерии Вадимовны

ООП ВО «Экономика»

по направлению «Экономика»

профиль: «Экономика фирмы и управление инновациями»

Соответствие цели, задач и результатов исследования требованиям образовательного стандарта СПбГУ и образовательной программы в части овладения установленными компетенциями. Работа Лавриненко Валерии Вадимовны соответствует требованиям образовательного стандарта СПбГУ и образовательной программы в части овладения установленными компетенциями.

Обоснованность структуры и логики исследования. Материал изложен логично. Работа достаточно хорошо структурирована. В первой части автор рассматривает теоретические аспекты темы – понятие брендинга и его инструменты. Во второй части работы проанализированы инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций. В третьей части представлена авторская разработка комплекса мероприятий по продвижению бренда «ONE» на основе интегрированных маркетинговых коммуникаций .

Наличие вклада автора в результаты исследования. Автор разобрался с понятийным аппаратом в сфере брендинга высокотехнологичных продуктов. В.В. Лавриненко систематизировала инструментарий интегрированных маркетинговых коммуникаций. В практической части работы разработана программа мероприятий с использованием инструментов интегрированных маркетинговых коммуникаций для продвижения бренда «ONE» (наушники).

Новизна и практическая значимость исследования. Автору удалось систематизировать основные понятия в области брендинга. Автор показал умение работать с экономической литературой и самостоятельно анализировать имеющиеся точки зрения. Обработан очень значительный объем источников как отечественных, так и зарубежных авторов. Представлена самостоятельная систематика автора (схемы, таблицы и т.д.).

Основная новизна заключается в авторской систематике исследуемых явлений, результатах анализа и расчетов, проведенных лично автором. Результаты, полученные в теоретической части можно свести к следующим моментам:

- Исследованы понятия бренда и брендинга;
- Определены характерные черты инновационно-ориентированных компаний;
- Рассмотрена роль брендинга в инновационных компаниях;

- Выявлены особенности применения интегрированных маркетинговых коммуникаций в процессе продвижения бренда,
- Разработаны рекомендации для построения программы продвижения бренда для бренда «ONE» на основе интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Умение применять методологию и методику научного исследования. Автор показала умение использовать научную методологию и самые современные инструменты брендинга.

Актуальность использованных информационных источников. В работе использованы актуальные источники информации.

Соответствие предъявляемым требованиям к оформлению ВКР. В целом требования к оформлению ВКР соблюдены, но имеются отдельные незначительные нарушения.

Соблюдение графика выполнения ВКР. Существенных претензии к автору работы по срокам и качеству предоставляемых материалов не было.

Допуск к защите и оценка работы. Работа может быть допущена к защите. Рекомендуемая оценка отлично (А).

Научный руководитель

доктор эконом. наук

профессор,



профессор кафедры ЭИР

Н.Н. Молчанов

05.05.2023