

РЕЦЕНЗИЯ на выпускную квалификационную работу обучающегося СПбГУ

Капустина Леонида Андреевича

по теме «Стратегии продвижения на промышленном рынке»

Содержание ВКР соответствует заявленной теме исследования.

В практической части тема раскрыта достаточно полно. Теоретическая глава, на мой взгляд, написана в реферативной форме.

Структура ВКР, в целом соответствует задачам исследования, однако не хватает методического раздела работы. В работе отражены актуальные проблемы рассматриваемой компании.

Выводы по работе обоснованы

К положительным сторонам работы следует отнести:

- проведен анализ внешней среды фирмы: анализ отрасли, в которой работает предприятие ООО «Гофро Технологии», анализ конкурентов.
- проведен анализ внутренней среды фирмы : анализ ресурсов и анализ способностей на основе методики Р. Гранта.
- проведен анализ сильных и слабых сторон компании.
- построена матрица Мак-Кинзи для компании, сделаны выводы о направлениях дальнейшего развития.
- Проведен анализ наиболее популярных средств рекламы, которые приносят компании наибольшее количество клиентов.

Стиль и оформление работы соответствуют требованиям. Сноски оформлены не в соответствии с методическими указаниями.

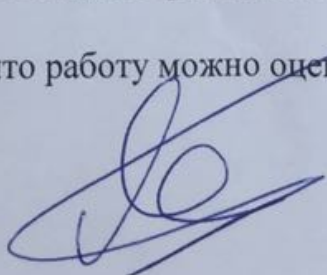
Замечания по работе:

1. Автор не представил обзор подходов к определению промышленного рынка
2. Анализируя отличительные черты промышленного рынка имело смысл отметить, что работа и продвижение на нем организуется с использованием методов direct marketing.
3. В первой главе нужно было проанализировать промышленный рынок РФ, провести анализ статистических показателей.
4. В работе не хватает раздела, посвященного методическим основам разработки стратегий. Все методики и инструменты стратегического анализа появляются в практической части и достаточно успешно используются автором, но методический раздел в работе отсутствует.
5. Автор ВКР анализирует сильные и слабые стороны компании. Почему для этого не была использована методика SWOT анализа?
6. На стр. 62 автор использует термин «пропаганда», хотя термин PR гораздо более подходит для данной ситуации и включает огромный перечень разного рода деятельности по формированию имиджа организации, укреплению бренда, формированию отношений со СМИ и т.д.
7. В работе представлена одна стратегия и нет ее экономического обоснования

С учетом замечаний, считаю, что работу можно оценить на «хорошо».

Рецензент,

К.э.н., доцент



Ю.А. Бичун

«17» мая 2017г.