

Практическая значимость

Результаты работы могут быть использованы в качестве:

- Практических рекомендаций по управлению брендами в российских компаниях для повышения стоимости.
- Методической базы для дальнейших комплексных исследований проблемы оценки брендов.
- Дополнительного источника при разработке учебно-методических комплексов изучения дисциплин: «Финансовый менеджмент», «Управление стоимостью бизнеса».