**ОТЗЫВ**

НА МАГИСТЕРСКУЮ ДИССЕРТАЦИЮ

**Рекламные коммуникации в продвижении медиабрендов**

**Тарасовой Ольги Вячеславовны**

Диссертация посвящена важнейшей проблеме построения и продвижения медиабренда. Данная проблематика особенно **актуальна** в связи с интенсивным ростом технического проникновения сети интернет, а также роста принимаемых, общедоступных телевизионных каналов в России. Попытка автора классифицировать типы коммуникаций с аудиторией является необходимой и составляют ее **новизну.**

Вызывает уважение, взвешенность формулировок, логика изложения, доказательность выводов, а также то, что эти собственные выводы подкреплены исследованиями Ли Ханта и Кавериной Елены Анатольевны.

Работа имеет четкую структуру, в которой присутствуют все необходимые тематические фрагменты, которые позволяют получить полное представление о результатах исследования. Особую ценность представляют собой главы 2 и 3. При классификации эфирного и внеэфирного промоушна рассмотрены и проанализированы наиболее интересные кейсы за прошедшие 5 лет крупных федеральных каналов России. Такой подробный и убедительный анализ, выполненный на конкретных примерах эфирного и внеэфирного продвижения, рецензент встречает впервые. В работе также представлена актуальная информация о развитии и проблемах ТВ в целом в мире.

Представленный в работе материал вполне может стать основой для полноценной научной статьи, имеющей практическую ценность.

Однако работа не лишена некоторых недостатков.

Автор не уделяет внимания зарубежному опыту в продвижении медиабренда, это позволило бы раскрыть и усовершенствовать классификацию промоушна и более глубоко понять специфику эфирного продвижения.

В экземпляре, который попал в руки рецензента, к сожалению, присутствуют опечатки.

Несмотря на замечания, диссертация Тарасовой О.В. является самостоятельным исследованием, которое отвечает всем необходимым требованиям и заслуживает высокой положительной оценки.

Рецензент

А.М. Козлов,

Генеральный директор ООО Телекомпания 6 канал