РЕЦЕНЗИЯ НА МАГИСТЕРСКУЮ ДИССЕРТАЦИЮ

РАФИКОВА АРТУРА ИЛЬДАРОВИЧА

«РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ХОЛДИНГА   
(НА ПРИМЕРЕ HIQE Group)»

Направление «Журналистика»   
(профиль «Реклама»)

Актуальность темы магистерской диссертации предопределена тем, что на сегодняшний день рынок коммуникационных услуг перенасыщен и перед коммуникационными агентствами стоит проблема доведения информации о себе, своих продуктах и услугах до потенциального клиента. В связи с этим, очевидным становится следующий выход из сложившейся ситуации – продвижение и позиционирование агентства.

Магистерская работа автора структурно состоит из введения, четырех глав, заключения, списка использованной литературы. Во введении автор формулирует цель и задачи курсовой работы, объект и предмет исследования, определяет методику и методологию проведенного исследования.

Предметом рассмотрения магистерской диссертации являются понятие, сущность, структура и модели рекламной кампании, а так же анализ рынка коммуникационных услуг в Санкт-Петербурге. Автор проводит анализ рекламной деятельности коммуникационного холдинга HIQE Group и описывает план реализации рекламной кампании.

Результатом практикоориентированной магистерской диссертации стал план рекламной кампании для продвижения HIQE Group, автором сформулированы конкретные рекомендации по проведению рекламной кампании, приведены возможные для использования рекламные инструменты. Основной акцент при этом сделан на бюджетные методы продвижения рекламной кампании.

Отдельно стоит отметить разработанный автором план рекламной кампании для инновационной платформы WedPad. Соблюдены все требования к разработке рекламной кампании: проведен анализ рынка и конкурентов, выявлена целевая аудитория платформы, предложены конкретные рекламные инструменты продвижения, разработан медиаплан.

Хочется отметить, что автор в достаточной степени использовал теоретические источники по теме магистерской диссертации.Также, кроме обязательных источников, использовал научные разработки зарубежных авторов.

Научные положения, выдвинутые автором работы, а также выводы и рекомендации, сформулированные в диссертации, находят свое подтверждение в практической деятельности.

Апробация автором материалов магистерской работы получила в публикациях:

1. PR-продвижение инновационных продуктов: теория и практика. (Международный научный журнал “Инновационная наука) <https://aeterna-ufa.ru/sbornik/IN_4-2-2017.pdf>

2. Коммуникационные инструменты в продвижении учреждений культуры (на примере Еврейского музея) (16-я международная конференция “Медиа в современном мире. Молодые исследователи, публикация в сборнике) <http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1489511454_7825.pdf>

А также в международномо конкурсе бизнес-планов (ВШМ, СПбГУ, 2016 г., выход в финал).

Поскольку разработанный проект находится на начальной стадии реализации. не представляется возможным в полной мере судить о степени его эффективности.

К числу замечаний по работе можно отнести излишнюю дробность структуры магистерской диссертации, а также неравномерность глав по количеству страниц, так, 1-я глава занимает 43 страницы, 2-я - 21, 3-я - 7, 4-я -12. Возможно, более логично было бы объединить 3 и 4-ю главы, а также уменьшить число параграфов в отдельных главах до 3 - 4-х, что укрупнило бы содержание глав и, тем самым, облегчило общее воприятие текста.

В целом, оценивая магистерскую диссертацию Рафикова Артура Ильдаровича, следует отметить, что она соответствует требованиям, предъявляемым к написанию выпускной квалификационной работы по данному уровню подготовки и заслуживает положительной оценки.

23.05.2017.

Кандидат социологических наук,

доцент кафедры рекламы и связей с общественностью

Санкт-Петербургского государственного университета  
промышленных технологий и дизайна

Наталья Григорьевна Жигалова