

РЕЦЕНЗИЯ
на выпускную квалификационную работу студента
Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»
Санкт-Петербургского государственного университета,
направления «Реклама и связи с общественностью», очно-заочная форма обучения
НУЖДЕНКО ИВАНА БОРИСОВИЧА
«ПРИМЕНЕНИЕ DATA-DRIVEN ТЕХНОЛОГИИ В ПРОДВИЖЕНИИ
ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ»

Выпускная квалификационная работа И.Б.Нужденко посвящена data-driven технологии в продвижении интернет-магазинов. Избранная тема может считаться актуальной и имеет практическое значение.

Работа представляет собой самостоятельное законченное исследование. Структура работы включает содержание, введение, 2 главы, заключение, список использованной литературы источников, заключение и список приложений. План отражает содержание заявленной темы. Автором корректно выделены предмет, цели и задачи исследования, определён его научный аппарат. ВКР выполнена на достаточном теоретическом уровне. Автор продемонстрировал знание теоретического материала по специальности, умение на практике применять основной профессиональный инструментарий. Для содержания работы характерна ясность, четкость и последовательность изложения. Достоинством работы является то, что автор провел аналитическую работу для первой главы, собрал и обработал достаточный объем статистического материала, что говорит о хорошем уровне подготовки.

Автор акцентирует внимание на теоретических основах интернет продвижения, влиянии маркетинга, определяет понятие и сущность электронной коммерции, рассматривает data-driven технологию как актуальный инструмент. Содержание работы говорит о том, что автор проявил себя грамотным специалистом, умеющим самостоятельно работать со специальной литературой, способным конкретизировать и формализовать поставленную задачу и решить ее практически.

Материал в работе изложен с соблюдением внутренней логики, между разделами существует логическая взаимосвязь. Автором обработано достаточное количество теоретического материала, определены основные направления совершенствования ее деятельности. Содержание работы соответствует поставленной цели и выдвинутым задачам. При его написании автор умело трансформирует полученные теоретические навыки в область практической деятельности.

Но, несмотря на вышперечисленные достоинства, в дипломной работе присутствуют недочеты. Например, во введении следовало корректнее определить объект исследования, он мог бы быть более широким - *продвижение интернет-магазинов*. Автор ограничился

перечислением фамилий исследователей, а не критическим анализом использованной литературы. Во введении или в тексте глав следовало дать пояснения по data-driven технологии – предмета исследования: определение, краткая справка о развитии технологии. На С.24 цитата без ссылок. Там же «В 2017 году ситуация сильно изменилась. Теперь есть много новых возможностей измерить эффективность коммуникации компании (и рекламы в том числе)». Эффективность рекламы измерялась и в XX в. и автору должны быть известны методики её измерения. На отечественном рынке бизнес-литературы много новинок по продвижению, в том числе в интернет. Следовало бы расширить источники по объекту исследования и дополнить текст монографическими и периодическими изданиями выпущенными крупными издательствами Альпина Паблишер, «Издательский дом «Гребенников», «Манн, Иванов и Фербер» и др.

Перечисленные недочеты снижают общее благоприятное впечатление от уровня проведенного исследования. Цель, задачи, содержание и выводы рецензируемого исследования целиком соответствуют профилю подготовки. Предмет исследования, определенный автором, представляет безусловный практический интерес и предоставляет возможность продемонстрировать уровень теоретических знаний и профессиональной подготовки.

Общий вывод: выпускная квалификационная работа Нужденко Ивана Борисовича соответствует требованиям, предъявляемым к выпускным квалификационным работам по направлению «Реклама и связи с общественностью» а ее автор заслуживает присуждения степени по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Рецензент:

Черкашина Светлана Анатольевна, канд. культурологии, доцент кафедры менеджмента массовых коммуникаций СПбГУ

28 мая 2017 г.

