

РЕЦЕНЗИЯ
на магистерскую диссертацию
Литманович Александры Всеволодовны
«ТЕХНОЛОГИИ ИНТЕРАКТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С
ПОТРЕБИТЕЛЕМ В ЦИФРОВЫХ СРЕДАХ»

Диссертация Александры Литманович представляет собой научное исследование, посвященное важной и актуальной теме - интерактивным рекламным коммуникациям, с помощью которых осуществляется взаимодействие с целевой аудиторией в цифровых средах. На сегодняшний день данная тема обладает несомненной практической и теоретической значимостью.

В качестве объекта исследования в диссертации выбраны рекламные коммуникации в цифровых средах. Предметом стали конкретные интерактивные технологии в цифровых средах, с помощью которых осуществляется коммуникация бренда с потребителями.

Можно говорить, что А. Литманович представила цельное обозрение сегодняшнего дня в интерактивных коммуникациях, что ценно, ведь безграничное пространство Интернета становится местом рождения новой реальности. При этом Александра использовала работы не только российских авторов, но и их иностранных коллег. Более того заметим, что магистрантка опиралась не просто на теоретические работы метров, но сама провела исследование, основываясь на собственном опыте работы по специальности.

Эмпирическая база диссертации – это кейсы современных компаний. Следует отметить, что А. Литманович выбрала удачные примеры в качестве эмпирического материала, что свидетельствует о глубоком понимании специфики выбранной темы.

Структура диссертации традиционна – она состоит из трех глав, в которых согласно правилам формальной логики и без противоречий здравому смыслу раскрывается суть исследования.

В первой главе определено понятие рекламных коммуникаций и выявлены особенности их функционирования в цифровых средах, описаны различные платформы и особенности поведения аудитории в каждой из них.

Отметим то, что автор говорит о таких новых для России сервисах, как например, «Foursquare». Этот геолокационный сервис сегодня активно завоевывает свое место на рынке. Немногие компании в России тесно сотрудничают с ним на данный момент, но потенциал платформы огромен. С недавних пор Foursquare обладает широчайшими возможностями не только для малого бизнеса, но и для крупных брендов. Помимо отдельных специальных предложений в каждом магазине или заведении, бренды получили доступ к API Foursquare и теперь могут создавать собственные приложения.

Вторая глава посвящена интерактивным рекламным коммуникации, в ней также затронуты метрики эффективности и проанализированы конкретные инструменты, которые сегодня применяются в рекламных и других маркетинговых коммуникациях.

В третьей главе внимание сосредоточено на реальных интерактивных кампаниях, проводимых в цифровых средах в 2012 году. В качестве конкретных примеров в данной работе рассмотрены студия иностранных языков «Hop & Scotch», кафе «Фартук» и магазин очков и аксессуаров «Pimp Your Eyes».

В целом работа претендует на междисциплинарность исследования и может быть интересна не только представителям рекламной индустрии, но также PR-специалистам, маркетологам и др.

При общей высокой оценке магистерской работы А. Литманович следует сделать ряд рекомендаций и замечаний.

- Итак, автор увлекается частными примерами, в то время как теоретическая проработка ряда вопросов оставляет желать лучшего. К сожалению, нам не удалось увидеть в работе ссылок на работы таких известных авторов, как Ф.Гуров, Д. Брекенридж, Б.МакКоннелл, Д.Хуба, Р.Скобл. Отсутствуют работы данных авторов и в списке литературы.

- Непроясненным для нас остался вопрос об источнике базовых данных для третьей главы - представленные кейсы получены по результатам интервью, по материалам сайта, из опыта собственной работы автора?

- Магистрант не уделяет в работе достаточного внимания истории вопроса, апеллируя к сегодняшнему положению дел.

- В магистерской диссертации есть некоторые технические погрешности. Отметим не всегда научный стиль изложения. В

оформлении текста, ссылок и списка литературы присутствует определенная небрежность.

Однако, учитывая частный характер высказанных замечаний, принимая во внимание актуальность и новизну исследования, основательность выводов и выверенную логику содержания, соответствие представленной работы предъявляемым требованиям, следует заключить, что магистерская диссертация Александры Литманович заслуживает положительной оценки.

Рецензент



к.ф.н., доцент О.Г. Филатова