

Отзыв на магистерскую диссертацию студента 2 курса магистратуры по направлению «Медиаменеджмент» Исмаковой Дины Ильдаровны на тему: «Маркетинговая стратегия продвижения интернет-портала».

Данное диссертационное исследование посвящено изучению маркетинговых технологий и инструментов продвижения в интернете. В настоящее время интернет открывает новые маркетинговые возможности, которые, в конечном итоге, обеспечивают эффективное продвижение медиапродукта в веб-среде. Таким образом, тема работы представляет научный и практический интерес, что свидетельствует об актуальности темы диссертации.

Объектом исследования служат маркетинговая среда в интернете, предметом исследования является маркетинговая стратегия информационного портала IT-Portfolio.

Во введении автор обосновывает актуальность темы исследования, формулирует его цели и задачи.

Первая глава диссертационного исследования «Понятие маркетинга и маркетинговой стратегии в Интернете» начинается с рассмотрения эволюции понятия маркетинга. Автор подробно анализирует существующие определения маркетинга и дает свое определение маркетинга. На основании данного определения автор подмечает, что целью маркетинга является создание условий для приспособления производства к общественному спросу, и в конечном итоге – повышение конкурентоспособности товара с целью получения прибыли.

Соискатель справедливо отмечает, что одной из главных движущих сил, происходящих сегодня революционных изменений в методах продвижения проектов и компаний, являются информационные технологии. С этой целью автор дает характеристику интернет-пространства и формулирует понятие интернет-маркетинга.

Самостоятельный раздел магистерской диссертации посвящен изучению понятия маркетинговой стратегии в интернете. Автор рассматривает определение стратегии в целом, анализирует особенности стратегического маркетингового планирования, и на этой основе формулирует определение маркетинговой стратегии в интернете и ее основные цели.

Автор выделяет ряд основных этапов разработки эффективной маркетинговой стратегии для интернет-портала и переходит к подробному исследованию маркетингового потенциала веб-среды. Рассматриваются такие характеристики как интерактивность и мультимедиа. Соискатель отмечает, что мультимедийность является одной из характеристик интернет-рекламы, дающих ей преимущество перед традиционными видами рекламы. Определенное внимание уделяется и такому аспекту как интернет-брендинг.

Вторая глава диссертационного исследования посвящена изучению основных инструментов интернет-маркетинга. Для этого соискатель рассматривает веб-сайт как основу продвижения в интернете, этапы его создания и основные задачи, решаемые веб-сайтом. Автор отмечает, что к задачам веб-сайта необходимо отнести и клиентский сервис, то есть формирование канала обратной связи с клиентами и партнерами, консультирование, обучение и прочие формы онлайн-поддержки клиентов. Определенное внимание в работе уделяется и матрицам эффективности веб-сайта.