

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций

Факультет журналистики

Рецензия на магистерское исследование студента Орехова В.Ю.
«Финансирование, продвижение и развитие старт-апов в сфере массмедиа»

Санкт-Петербург

2012 г.

Работа посвящена актуальной теме. В настоящее время в сфере массмедиа компании делятся на те, которые присутствуют в Интернете, и на те, которые уже доживаются «свой век». Развитие информационных технологий в мире и в России, открыло новый путь для бизнес сообщества, представители которого получили новые возможности для создания интернет-СМИ. Вопросы: где найти финансирование для развития организации и как сделать свой проект узнаваемым, найти свою аудиторию, для старт-апов являются основными. Что в свою очередь подтверждает актуальность темы магистерской диссертации.

Структурно работа состоит из трех глав. В первой главе исследуются возможные варианты развития и продвижения интернет-проектов в сфере массмедиа. Во второй главе рассматриваются механизм финансирования старт-апов. В третьей главе автор проводит анализ проектов «OVERTAIM», «Neva 24», «fontanka.fi», «fontanka.fm» и др.

Безусловно, тема данного исследования вызывает интерес. Автором достаточно глубоко рассмотрены возможные варианты развития и продвижения интернет-проектов в сфере массмедиа. Проанализирован современный этап развития массмедиа, и выявлены возможности финансирования и продвижения старт-апов. Работа магистранта отличается научной новизной:

1. Проведена классификация организаций, оказывающих проектам старт-апам консультационную или финансовую поддержку.
2. Проведен анализ методов продвижения проекта (в том числе медиапроекта) в сети Интернет
3. Предложена система экономических показателей для оценки эффективности продвижения продукта в сети Интернет.

Необходимо обратить особое внимание на то, что в работе достаточно много внимания уделено анализу конкретных старт-апов. Что в свою очередь

показывает не только теоретическую подготовленность студента, но и практический опыт в сфере массмедиа.

К наиболее существенным выводам автора можно отнести следующее:

1. анализ различных видов Интернет проектов, где особое внимание уделено старт-апам – проектам, которые могут быть доступны молодым предпринимателям для реализации новой бизнес-идеи.
2. Ключевые проблемы, с которыми сталкивается любой предприниматель в медиа сфере.
3. Обобщенный перечень организаций, оказывающих проектам старт-апам консультационную или финансовую поддержку (инвестиционные фонды, бизнес-ангелы, бизнес-инкубаторы, банки) с перечнем условий и возможностей предоставления финансирования.

Кроме того, автор изучил условия предоставления финансирования и необходимые требования к заявителям, и предлагает данную информацию в обобщенном, переработанном и удобном для понимания виде. Немаловажный интерес представляет схема оптимального предложения инвестору (с подробным разъяснением, какую информацию захочет получить потенциальный инвестор и в каком объеме).

Практический интерес вызывают рекомендации автора по продвижению проекта и обеспечению его узнаваемости среди различных групп Интернет пользователей.

Однако, как и любое интересное научное исследование, данная работа не лишена недостатков.

В своей работе автор уделяет большое внимание экономическим вопросам, рассматривает различные варианты финансирования. Например, он приводит схему оптимального предложения инвестору (с подробным разъяснением, какую информацию захочет получить потенциальный инвестор и в каком объеме), что также должно помочь начинающим

предпринимателям подать себя в лучшем свете и быстрее найти финансирование под свой проект. При этом автор не достаточно много пишет о различных возможностях и направлениях развития информационного контента.

Однако указанный недостаток не является существенным и не снижает ценности, практическую значимость магистерского исследования. Работа состоялась и, безусловно, заслуживает высокой оценки (отлично).

К.э.н., доцент

Варданян И.С.

