

Рецензия
на магистерскую диссертацию Чжан Чунъюэ
студентки кафедры связей с общественностью
в бизнесе
«Продвижение в социальных медиа мобильных операторов»

Тема продвижения товаров и услуг в социальных медиа в настоящий момент уже довольно хорошо изучена, однако продвижение именно мобильных операторов, тем более не только российских, но и китайских, является относительно новой темой, не нашедшей в теоретической литературе еще своего массового изучения, поэтому рецензируемая магистерская диссертация, безусловно, является актуальной. Для PR-специалиста социальные сети представляют интерес как инструмент работы с группами целевой общественности в рамках решения различных задач, связанных и с возможностью проведения исследований, и установления контакта, и даже управления репутацией и оценки эффективности PR-деятельности. Кроме того, работа PR-специалистов в социальных сетях не требует особых капиталовложений. Все это, безусловно, актуализирует избранную Чжан Чунъюэ тему для исследования и свидетельствует о перспективности работы в данном направлении.

Работа состоит из введения, 4 глав, заключения, списка использованной литературы и 21 приложения. Первая глава – теоретическая, в ней дается определение понятия «социальные медиа» и выявляются особенности продвижения в социальных медиа. Во второй и третьей главе рассматривается специфика продвижения в социальных медиа мобильных операторов соответственно в России и в Китае. В четвертой главе осуществлен сравнительный анализ такого продвижения. Структура работы возражений не вызывает, она последовательна и логична. Вполне обоснованно в качестве объекта исследования указываются социальные медиа как площадка для продвижения мобильных операторов, а качестве предмета исследования – методы продвижения в социальных медиа мобильных операторов России и Китая.

Большой заслугой автора следует считать именно практическую часть работы, особенно стоит отметить четвертую главу, где автору удалось осуществить сравнительный анализ. Приложения удачно иллюстрируют проделанную магистранткой работу.

Тем не менее, укажем на некоторые недочеты в работе:

- ✓ Не до конца проработанным оказалось введение, состоящее всего из двух страниц. В нем нет положений, выносимых на защиту и описания структуры работы, недостаточно полно представлена теоретическая база работы.
- ✓ В диссертации приводятся не самые последние данные, касающиеся интернет-аудитории.
- ✓ В работе есть недочеты оформительского характера, погрешности стиля и языка.
- ✓ Список литературы включает только 41 источник, что явно недостаточно для магистерской диссертации.

В целом же в магистерской диссертации Чжан Чунъюэ удалось продемонстрировать, что для PR-специалиста социальные медиа представляют собой важный инструмент для продвижения мобильных операторов как в России, так и в Китае, и выявить отличительные особенности. Работа «Продвижение в социальных медиа мобильных операторов России и Китая» является интересным, самостоятельным, актуальным исследованием, проведенным с использованием большой эмпирической базы, вполне соответствует требованиям, предъявляемым к дипломным работам, и заслуживает положительной оценки.

Рецензент



к.ф.н., доцент О.Г. Филатова

05.05.2015