РЕЦЕНЗИЯ

на магистерскую диссертацию Задворновой Анастасии Константиновны

«**КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ВЫХОДА МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВОЙ КОМПАНИИ**

**НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК**»

В магистерской диссертации предпринята интересная попытка рассмотреть особенности выхода международной компании на российский рынок в контексте построения стратегии маркетинговых коммуникаций. Автором подробно рассмотрены теоретические подходы к изучению транснационального маркетинга, проанализированы экономические и политические риски ведения бизнеса в России и определены основные требования к коммуникационной стратегии компании.

Автором проведен подробный анализ российского рынка капсульных кофемашин, результаты которого имеют высокое прикладное значение и могут быть использованы в разработке бизнес-стратегий компаний-производителей бытовой техники. Необходимо отметить высокий процент оригинальности работы – 92%, что говорит о высоком уровне практической экспертизы автора, во многом опиравшегося в исследовании на собственный опыт работы в компании «Melitta», чья коммуникационная стратегия стала предметом диссертационного исследования.

Нельзя не согласиться с автором, утверждающим, что эффективное функционирование компаний на российском рынке зависит от использования комплекса антикризисных мероприятий, тенденций онлайн и офлайн сферы, а также поиска региональных партнеров для сотрудничества и расширения бизнеса.

Наиболее интересен раздел работы, посвященной основной теме диссертации – специфике коммуникационной деятельности международной компании в России на примере реальных кейсов компании «Melitta». Автором проделана серьезная аналитическая работа по выделению используемых социальных медиа, фиксации основного контента, информационной политике, периодичности новостных постов, смежных категорий SMM и контекстной рекламы, которые мы, соглашаясь с автором, готовы признать частью единой системы корпоративных коммуникаций. Выводы, к которым приходит автор, наглядно подтверждают, что успех международной компании во многом обусловлен эффективностью работы в социальных медиа, грамотным распределением ресурсов и владением современными технологиями продвижения.

Интересны многие наблюдения и рекомендации автора по улучшению деятельности международной компании в области маркетинговых коммуникаций, отраженные в приложениях к исследованию.

Чтение магистерской диссертации вызывает не только большой интерес, но и ряд вопросов. В частности, в структуре диссертации значительное место уделено маркетингово-экономическим аспектам деятельности компании. Несмотря на то, что маркетинг и экономика, особенно в своих практических аспекте, тесно взаимосвязаны с PR и рекламой, по нашему мнению, автору следовало уделить больше внимания профильным для кафедры дисциплинам.

Необходимо отметить некоторую небрежность автора в оформлении источников и превышение допустимого объема магистерской диссертации.

В целом же диссертация производит самое благоприятное впечатление и содержит много конкретной информации, имеющей прикладное значение. Работа самостоятельна, все формальные требования (за исключением объема исследования и оформления источников) автором соблюдены.

Таким образом, магистерская диссертация А.К. Задворновой заслуживает положительной оценки.

Рецензент,

Кандидат политических наук,

CEO «Agility Agency» Г.С. Спицын