В редакцию электронного научного журнала «ГосРег»

Рецензия (вслепую)

Я, Сушанский Артур Сергеевич, рекомендую к публикации в электронном научном журнале «ГосРег» статью: «Влияние визуального контента в сегменте строительства на вовлеченность целевой аудитории компании «Bergauf».

О рекомендуемой статье могу сообщить дополнительно:

1. **Содержание** рецензируемой статьи в полной мере **соответствует её названию**. Статья написана на значимую для педагогического процесса в Академии гражданской защиты МЧС России тему (особенно для направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»). Текст рецензируемой статьи, скорее всего, можно будет использовать в будущем по специальности 08.00.05– «Экономика и управление народным хозяйством» (п. 9.22. Разработка и эффективное использование комплекса маркетинговых коммуникаций в компании).

Текст данной статьи, на мой взгляд, вполне можно использовать в учебном процессе при изучении дисциплин, по специальности 42.03.01: «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Основы маркетинга», «Основы теории коммуникации», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Разработка и технологии производства рекламного продукта», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», и др.

2. Научная проблема в рецензируемой статье, на мой личный взгляд, сформулирована достаточно понятно.

3. Считаю целесообразным по критериям актуальности, научной новизны и содержанию рекомендовать данную научную статью для публикации в журнале «ГосРег» в **рубрике** «Управление общественными отношениями».

4. Рецензируемая научная статья в целом оригинальна, поскольку базируется на результатах исследования и собственных авторских логических размышлений.

5. **Достоинства** рецензируемой статьи:

- достаточно понятно прописаны: актуальность, объект и предмет исследования;

– автором статьи заявлены следующие методы исследования: математические расчеты и измерения показателей вовлеченности целевой аудитории «Ber-gauf» и ее конкурентов в социальной сети ВКонтакте;

– в рецензируемой статье есть собственные авторские размышления и выводы, которые лично мне показались интересными и вполне оригинальными;

– по стилю изложения рецензируемая статья задумана как аналитическая;

– в рецензируемой статье просматривается авторская логика – в тексте статьи есть собственные авторские предложения.

6. В качестве **недостатков** рецензируемой статьи замечу:

- ключевых слов семь (должно быть не менее десяти), некоторые из них не имеют окончательной формулировки, чтобы понимать их смысловое содержание. К примеру, «вовлеченность», не понятно, кого? чего? во что? и др.;

- на мой взгляд, цель исследования сформулирована не как предполагаемый результат, а как процесс;

- не совсем понятно, где заявленные математические расчеты и измерения показателей вовлеченности целевой аудитории «Ber-gauf» и ее конкурентов в социальной сети ВКонтакте. Имеются какие-то цифры, но расчетов и измерений я не увидел;

- на мой взгляд, автором использовался, в большей степени, контент-анализ:

- не понятно, как автор исследовал ***влияние*** визуального контента на ***уровень*** вовлеченности целевой аудитории в сегменте строительной отрасли и как измерен, именно данный уровень. Мне представляется, что это возможно с помощью корреляционного анализа, которого в статье нет.

Тем не менее, сделанные замечания, скорее, являются мотивирующими соображениями для автора рецензируемой статьи на будущее.

Текст статьи прошел проверку на оригинальность с использованием лицензированного пакета «Антиплагиат.ВУЗ». Проведенный анализ текста позволяет сделать вывод об оригинальности материала (итоговая оценка оригинальности: 82,81 %, дата проверки: 20.12.2024).

Информация о рецензенте:

1. Сушанский Артур Сергеевич.
2. Кандидат педагогических наук, доцент.
3. Академия гражданской защиты МЧС России.
4. Профессор кафедры государственного и муниципального управления.

Сушанский А.С.

«22» декабря 2024 года