ОТЗЫВ

научного руководителя о студентке 4 курса очного отделения специальности «Реклама и связи с общественностью»

Абрамовой Валерии Олеговне

Обучаясь в рамках образовательной программы бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» в Санкт-Петербургском государственном университете с 2013 года, Валерия Олеговна Абрамова проявила себя активным, творческим, разносторонним, мотивированным и целеустремленным специалистом.

За период обучения ею написаны и успешно защищены курсовые работы на следующие темы: «PR-технологии формирования корпоративного имиджа на примере Ginza Project», «Выделение целевых групп потребителей сети магазинов парфюмерии и косметики «Рив Гош» в Санкт-Петербурге», «Продвижение имиджа Александринского театра инструментами рекламы и PR». Таким образом, проблематика, связанная с формированием имиджа компании, разрабатывалась студенткой на протяжении нескольких научных работ и вполне закономерно стала основой для выпускного квалификационного исследования.

Овладевая основами деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью, Валерия с успехом участвовала в конкурсах: она стала победителем конкурса «День Карьеры», организованного институтом «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ в 2014 году и в этом же году – премиантом Международного студенческого конкурса коммуникационных проектов «Масс-медиа Перспектива».

Производственные практики В.О. Абрамова проходила в следующих организациях: коммуникационное агентство Eventum Premo (Москва), сеть ресторанов «Две палочки» (Санкт-Петербург»), а также «Coffeeshop Company» (Санкт-Петербург). Последнее место практики было выбрано Валерией Олеговной в качестве эмпирического объекта выпускной квалификационной работы, материалы летней производственной практики составили часть эмпирической базы дипломного исследования, а опыт сотрудничества с компанией помог осуществить комплексный анализ коммуникативной деятельности «Coffeeshop Company» с тем, чтобы реализовать цель и задачи, поставленные в рамках ВКР. В том числе, разработать рекомендации по оптимизации имиджевой деятельности компании на рынке Санкт-Петербурга.

В процессе написания дипломного сочинения студентка показала себя достаточно подготовленным, ответственным специалистом, способным самостоятельно формулировать и решать поставленные научно-практические задачи. Владеет основными профессиональными компетенциями. Материалы предоставлялись научному руководителю вовремя, критические замечания учитывались.

В результате Валерии Олеговне удалось представить самостоятельное, завершенное исследование, обладающее актуальностью и практической значимостью. Таким образом, выпускная квалификационная работа В.О. Абрамовой заслуживает положительной оценки, а ее автор – присвоения искомой квалификации бакалавра рекламы и связей с общественностью.

Научный руководитель

Кандидат политических наук,

доцент

Кафедры связей с общественностью в бизнесе СПбГУ А.С. Савицкая