**Отзыв научного руководителя**

**выпускной квалификационной работы Бородули Виктора Сергеевича**

**«КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ХОККЕЙНОГО КЛУБА (на примере ХК «СКА-Нева»)»**

**Н. рук. — Шишкин Дмитрий Павлович, канд. филос. наук, доцент**

**Направление подготовки — «Реклама и связи с общественностью»**

В. Бородуля закончил школу в 2013 году. Успешно сдал ЕГЭ, набрав необходимое количество баллов для поступления на бюджетное место на направление «Реклама и связи с общественностью» в СПбГУ. Выбор направления был сделан осознано: область рекламы и PR представлялась ему крайне интересной и перспективной, где приветствуется креативный подход и принимаются нестандартные решения. Выбор традиционно стоял между Москвой и Санкт-Петербургом, и после долгих раздумий был сделан выбор в пользу последнего, продиктованный не в последнюю очередь внешним лоском Петербурга и его историческим прошлым. Для него, как человека, интересующего историей России, этот город представлялся невероятно интересным и красивым местом, хранящим память об имперской истории нашей страны.

За время учёбы ему довелось пройти практику в нескольких местах. После первого курса он получил свой первый профессиональный опыт в молодёжном издании «Пять углов». Во время практики в «Пяти углах» он писал новостные заметки для сайта издания, подготовил три авторских текста, три интервью и отчёт с культурно-развлекательного мероприятия, прошедшего в «Этажах». Он получил базовые практические знания в области журналистики, познакомился со спецификой работы в молодёжно-ориентированном издании, адаптировался к темпам и требованиям профессии и приобрел хоть и небольшой, но опыт работы в медиа.

Следующим местом практики В. Бородули была компания «Би Питрон», которая специализируется на разработке и интеграции комплексных решений в области проектирования, производства и поставок элементов кабельных сетей сложных промышленных изделий. Там он получил опыт работы в отделе маркетинга, а также познакомился с организацией работы рекламной структуры компании. Большая часть стоящих перед ним задач была связана с обязанностями копирайтера. Кроме того, присутствовала и аналитическая работа, связанная с материалами СМИ. Говорить о наличии в практике некой креативно-творческой составляющей не приходится (что вполне можно списать на специфику работы компании), однако было много практической составляющей, близкой к современным рекламным реалиям. В ходе практики он проводил мониторинг СМИ, готовил поздравительные письма от лица компании, писал тексты о комплектующих бортовых кабельных сетей. В «Би Питрон» ему удалось узнать много нового о российском военно-промышленном комплексе и его новых разработках, а также об использовании и специфике распространения кабелей, жгутов и других продуктах компании. Эта практика стала для него положительным опытом, позволяющим увидеть изнутри работу B2B, узнать, как работает инжиниринговая компания и чем занимается её маркетинговый отдел.

Третью практику В. Бородуля проходил в пресс-центре хоккейной команды «СКА-Нева». Он выбрал место практики самостоятельно, исходя из того, что хотел пройти практику в месте, где бы мог получить необходимую информацию для выпускной квалификационной работы. Он решил, что тема его диплома будет связана с коммуникациями в сфере спорта. Работ, посвящённых «СКА-Неве», в отличие от других спортивных клубов Санкт-Петербурга, в нашем Институте ещё не писали, поэтому выбор пал именно на неё. Кроме сбора информации, необходимой для написания ВКР, он занимался подготовкой отчётов по матчам команды «СКА-Нева» в Высшей хоккейной лиге. Он получил аккредитацию на матчи команды, присутствовал на послематчевых пресс-конференциях, познакомился с организацией таких событий изнутри. Отчёты по матчам выполнялись по заданным стандартам: описание основных событий встречи — опасных моментов, заброшенных шайб, а также подведение итога и приведение информации о следующем матче. Кроме того, он подготовил отчёт о матче другой команды из системы СКА — «СКА-1946», выступающей в Молодёжной хоккейной лиге. Провёл несколько текстовых трансляций матчей «СКА-Невы» в Twitter. Опыт проведения трансляций в социальной сети был, безусловно, полезным: в отличие от отчётов здесь нужно гораздо быстрее реагировать на события матча, описывать их и сообщать читателям.

За время обучения В. Бородуле довелось написать три курсовых работы. Первая по дисциплине «Маркетинговые исследования» на тему «Анализ потребительского рынка мяса в России», вторая — по спецсеминару «Маркетинг территорий» на тему «Анализ туристической привлекательности бренда Крыма», третья — по спецсеминару «Маркетинговые коммуникации в индустриях культуры» на тему «Спорт как индустрия культуры». Этот исследовательский опыт, однозначно, помог ему при написании выпускной квалификационной работы и подготовить её на надлежащем уровне.

В целом научный руководитель удовлетворен работой с В. С. Бородулей.

Научный руководитель —

кандидат философских наук,

доцент кафедры связей \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ / Шишкин Д. П. /

с общественностью в бизнесе

Института «Высшая школа журналистики

и массовых коммуникаций» СПбГУ