

РЕЦЕНЗИЯ
на выпускную квалификационную работу обучающегося СПбГУ
Анны Александровны Финтисовой
по теме «Сравнительный анализ коммуникационных стратегий
ресторанных брендов»

Выпускная квалификационная работа Финтисовой А.А. выполнена на актуальную сегодня тему, поскольку развитие ресторанного бренда волнует не только научное сообщество, но и руководство любого заведения ресторанного бизнеса. Обращение к данной теме особенно важно в связи с частым закрытием заведений общественного питания.

Финтисовой А.А. обработано большое количество научного материала (рассмотрено более 90 источников), на высоком теоретическом и методологическом уровне, проведено исследование тенденций и проблем ресторанного бизнеса и ресторанных брендов в целом.

Объем выпускной квалификационной работы составляет 160 страниц, среди которых 12 таблиц, 27 рисунков, 8 приложений и 90 источников литературы.

Нельзя не отметить, что Анна Александровна Финтисова демонстрирует понимание и глубокое погружение в проблематику данной темы, так как Анна Александровна имеет опыт работы в ресторанной сфере в качестве пиар-менеджера отдельных проектов.

В первой главе Анна Александровна исследует теоретические основы ресторанного бренда. Автором глубоко проанализированы определения бренда различными исследователями и на основании этого предложено собственное определение ресторанного бренда. Детально рассмотрены основные этапы построения бренда для предприятий, отражены функции и главные преимущества использования брендинга. Стоит отметить, что были изучены модели идентичности бренда и выделены общие идентификаторы ресторанного бренда. Впоследствии на основании выводов по первой главе в практической части работы автор обосновывает теоретическую значимость брендинга для ресторанного бизнеса.

Во второй главе автор проводит сравнение коммуникационных стратегий ресторанных брендов таких крупных операторов рынка, как Ginza Project, Italy Group, Probka Family. В начале главы Анна Александровна подробно рассматривает основные тенденции ресторанного бизнеса, демонстрируя отличные аналитические способности и навык работы с большим объемом статистической информации. Подробно изучен профиль представленных ресторанных брендов и выделена отличительная специфика построения бренда для каждой ресторанной сети. Проведенные Анной Александровной интервью особенно важны для специалистов ресторанного брендинга, так как отражают настоящее положение отечественных брендов общественного питания, а также подтверждают некоторые предположения автора. Важно

отметить, что Анна Александровна для эмпирической части исследования пользовалась современным сервисом аналитики социальных сетей «Popsters», что позволило ей качественно и количественно проанализировать контент в социальных сетях исследуемых брендов. Проведенный автором опрос также позволил сформулировать ключевые выводы выпускной квалификационной работы.

Третья глава посвящена состоянию и перспективам развития ресторанного бренда. Автором подробно были изучены настоящие проблемы, сдерживающие развитие ресторанного бренда. Нельзя не отметить, что Анна Александровна не только исследует современные технологии ресторанного бренда, но и дает собственные рекомендации по эффективному управлению ресторанным брендом, что несомненно заслуживает особого внимания.

Материал в выпускной квалификационной работе логически структурирован, написан научным стилем изложения. Названия глав и параграфов способствует раскрытию цели работы. В тексте работы имеется большое количество таблиц и рисунков, которые убедительно сопровождают текстовую информацию. Стоит отметить богатые по содержанию Приложения.

Автор выпускной квалификационной работы показал отличную способность формулировать собственную точку зрения по рассматриваемой проблеме. Сформулированные в работе выводы достаточно обоснованы и могут быть использованы в практической деятельности. Существенных недостатков в дипломной работе не выявлено. Однако есть несколько замечаний относительно практической части исследования: работа выглядела бы сильнее, если был бы представлен сравнительный анализ дочерних брендов ресторанных групп; хотелось бы увидеть Swot-анализ в тексте работы.

Перечисленные замечания никак не снижают ценность работы.

Выпускная квалификационная работа Финтисовой А.А. выполнена полностью в соответствии с предъявляемыми требованиями, рекомендована к защите и заслуживает оценки «отлично».

« 18 » мая 2018 г. Подпись [подпись] ФИО Мухометов Е.А.

