

РЕЦЕНЗИЯ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ СТУДЕНТКИ
ФАКУЛЬТЕТА ПРИКЛАДНЫХ КОММУНИКАЦИЙ СПБГУ

ВАН ЛИ

СТРАТЕГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ИМИДЖА
РОССИИ ДЛЯ КИТАЙСКОЙ АУДИТОРИИ

Актуальность темы рецензируемой работы для теории и практики связей с общественностью и современных бизнес-коммуникаций сомнений не вызывает. Прежде всего, то, что современные отечественные научные разработки по теории PR в бизнесе не раскрывает в достаточном виде все аспекты, связанные со стратегическими коммуникациями построения бренда территории. Кроме того, значимость избранной темы обусловлена тем, что Ван Ли обобщила теоретические подходы к изучению понятия «имидж» и в рамках стратегии социально-экономического развития территории рассмотрела соотношение категорий «имидж» - «репутация». Кроме того, представляется важным, что автор работы подробно рассмотрела принцип стратегического управления имиджем территории и российской туристической индустрии, выделив факторы, влияющие на формирование имиджа. Всё это делает тему рецензируемой выпускной квалификационной работы важной и значимой.

В качестве цели выпускной квалификационной работы автор заявляет исследование применения маркетинговых и PR-технологий при формировании туристического имиджа России для китайской аудитории. Рассмотрение представленной работы позволяет прийти к выводу, что автор в определённой мере квалифицированно продвигается к достижению поставленной цели.

Дипломная работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы. Структура работы логична и обоснована. Во введении обосновывается тема дипломного исследования, даётся характеристика её актуальности, описывается степень разработанности проблемы, осуществляется постановка цели и задач работы, определяются её объект и предмет, описывается методология исследования.

В первой главе работы рассматривается сущность понятия «туристический имидж» территории, описываются значимые для темы работы теоретические и практические исследования, делает попытку описать основные проблемы в сфере развития туризма России для китайской аудитории. Кроме того, автор описала технологии в традиционных каналах продвижения имиджа территории, определив тренд развития современных каналов продвижения и позиционирования имиджа – переход к мультимедийному формату взаимодействия с целевой аудиторией, позволяющий использовать текст, графику, видео и мультипликацию.

Во второй главе автор описывает информационную политику КНР и даёт подробный обзор китайских СМИ с темами публикаций о России, отмечая эмоциональный окрас каждой из них. Ван Ли приводит характеристику российских городов с точки зрения китайской аудитории, составленной по результатам анализа публикаций национальных СМИ Китая. Что в результате проявилось в виде рейтинга городов, куда необходимо съездить туристам поднебесной.

При общем достаточном уровне рецензируемая работа не лишена ряда недостатков. К числу наиболее существенных из них отнесём следующие:

во-первых, недостаточно проработана теоретическая часть выпускной квалификационной работы. Рассматривая понятие «имидж» и «бренд

территории», автор не обратил должного внимания на базис, созданный петербургской школой PR;

во-вторых, в работе уделено недостаточное внимание теме стратегии формирования туристического имиджа России или конкретной территории, хотя «стратегия» заявлена в теме выпускной квалификационной работы. При этом автор не предложил в каком-либо виде проекта стратегии или рекомендаций по её появлению (корректировке существующей);

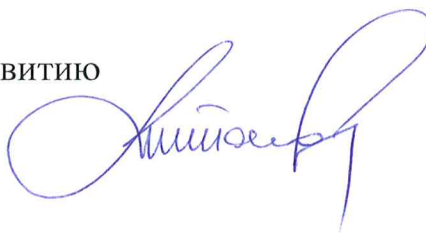
в-третьих, в работе присутствует много технических погрешностей и опечаток.

Однако видно, что студенткой обработано большое количество эмпирического материала. Материал изложен с соблюдением внутренней логики и в едином стиле, а высказанные замечания стоит рассматривать в качестве рекомендаций Ван Ли по дальнейшей разработке темы.

В целом, рецензируемая работа соответствует формальным требованиям, предъявляемым к дипломным работам по связям с общественностью, и заслуживает соответствующего внимания.

Рецензент

Директор по стратегическому развитию
и коммуникациям Rocket Group



Е.Н. Антонов