**Рецензия**

**на выпускную квалификационную работу**

**ОБУЧАЮЩЕГОСЯ СПбГУ**

 **Емельяновой Софии Николаевны**

**по теме: PR в ресторанном бизнесе региона (на примере Санкт- Петербурга)**

Актуальность рецензируемой работы для теории и практики связей с общественностью и современных бизнес-коммуникаций сомнений обусловлена развитием ресторанной отрасли, прежде всего в крупных городах.

Автор проделал глубокую работу по анализу состояния ресторанного бизнеса в мире, а также в России. Значимость работы обусловлена тем, что автором сделана попытка выявить специфику развития ресторанного бизнеса в Санкт-Петербурге с учетом особенностей экономической ситуации в России в условиях санкционного режима на примере франчайзингового проекта.

На примере кофейни «Tucano Coffee» автором изучены коммуникационные технологии, применяемые для продвижения предприятий ресторанного бизнеса и выработаны рекомендации по совершенствованию PR-деятельности кофейни. Следует отметить, что подобные рекомендации могут быть применимы и другим подобным заведениям

Все это делает тему рецензируемой выпускной квалификационной работы важной и значимой.

В представленной работе автор последовательно и вдумчиво идет к поставленной теме. Для меня, как практика, показательна глава 3, в которой автор переходит к практической части. Автор глубоко анализирует компанию: проводит анализ корпоративных документов, сайт компании и экспертное интервью, проводит исследование маркетинговой стратегии компании в настоящее время, и далее, дает рекомендации по совершенствованию деятельности.

При общем высоком уровне рецензируемая работа не свободна от слабых мест и недостатков. К числу наиболее существенных из них отнесем следующие.

Во-первых, анализ конкурентов. Для выработки эффективных рекомендаций по совершенствованию коммуникационной стратегии кофейни необходимо выделить ближайших конкурентов, проанализировать их коммуникационную деятельность и разработать рекомендации по отстройке от конкурентов. Что позволит компании увеличить собственную узнаваемость и привлечь потенциальных клиентов.

Во-вторых, бюджет. В части рекомендации можно показать прогнозируемый бюджет на реализацию предлагаемых коммуникационных решений. Это позволит понять возможные расходы на продвижение и, при необходимости, правильно перераспределить бюджет для достижения максимальной эффективности.

Однако, высказанные замечания не умаляют достоинств выполненного С. Емельяновой исследования. Студенткой обработано большое количество материала. Содержание работы полностью соответствует заявленной теме.

Таким образом, рецензируемая работа полностью соответствует требованиям, предъявляемым к дипломным работам по связям с общественностью, и заслуживает оценки «отлично».

Рецензент, руководитель медиа группы,

Агентство BC Communications, член РАСО Чайка Н.А.