**ОТЗЫВ**

**научного руководителя о выпускной квалификационной работе обучающегося 2 курса основной образовательной программы МАГИСТРАТУРЫ СПбГУ по направлению «Международные отношения» Гэ Вэй**

 **на тему:Продвижение китайских брендов в России в начале XXI века**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Оценка качества работы:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** **п. п.** | **Критерии оценки**( модель магистратуры: проверяемые компетенции) | **Баллы оценки:** * отлично (5)
* хорошо (4)
* удовлетворительно (3)
* неудовлетворительно (2)[[1]](#footnote-1)
 | **Комментарии к оценке**  |
| 1. | **Актуальность проблематики** (АОМ: ОКМ-13, 22; АМ: ОКМ-8,16, ПК-36; ПОМ: ПК-6) | * отлично (5)

  |  |
| 2. | **Научная новизна** (АОМ: ОКМ-13, 22; АМ: ОКМ-8,16, ПК-36; ПОМ: ПК-6) | * отлично (5)
 |  |
| 3. | **Корректность постановки цели, взаимосвязанность цели и задач** (АОМ: ОКМ- 9, 13, 32; АМ: ПК-10, 11; ПОМ: ОКМ-12) | * отлично (5)
 |  |
| 4. | **Степень разработанности источниковой базы и качество критики источников**(АОМ: ПК-17; АМ: ОКМ- 24; ПОМ: ОКМ-18, ПК-13) | * хорошо (4)
 | Источники автором перечислены, но их анализ представлен достаточно поверхностно. |
| 5. | **Полнота и разнообразие списка использованной литературы** (АОМ: ПК-17; АМ: ОКМ- 24; ПОМ: ОКМ-18, ПК-13) | * хорошо (4)
 | Список литературы можно было бы дополнить новейшими материалами по теме |
| 6. | **Соответствие методов исследования поставленной цели и задачам** (АОМ: ОКМ-2; АМ: ОКМ- 10, ПК-26; ПОМ: ОКМ-11, 14)  | * хорошо (4)
 | Не все методы, используемые автором, были представлены и прокомментированы во Введении |
| 7. | **Соответствие результатов ВКР поставленной цели и задачам**(АОМ: ОКМ-1,7, ПК-33; АМ: ОКМ- 17, ПК-12, 37; ПОМ: ОКМ-14, ПК-14, 17) | * отлично (5)
 |  |
| 8. | **Качество оформления текста** (АОМ: ОКМ-1; АМ: ОКМ-8; ПОМ: ОКМ-7) | * отлично (5)
 |  |
| 9. | **Ответственность и основательность студента в период работы над ВКР** (АОМ: ОКМ-23; АМ: ОКМ-19; ПОМ: ОКМ-13, 23, 27) | * отлично (5)
 |  |
| **Средняя оценка:** | * отлично (5)
 |

1. **Заключение/рекомендации членам ГЭК:**

Тема ВКР, представленная на защиту магистрантом Гэ Вэй безусловно является актуальной и практически значимой. Россия и Китай сегодня являются успешными партнерами в экономической, политической и культурных сферах. Китайская продукция, китайские бренды в начале XXI века широко известны в России, и в отдельных сегментах пользуются популярностью. Автор настоящей работы на материале разнообразных оригинальных источников с привлечением новейших исследований по теме ВКР прокомментировал новейшие технологии и инструменты продвижения китайских брендов, которые получили признание не только в России, но и во всем мире. Исследование написано с интересом к избранной теме, хорошим языком с интересом читается. Ценность имеют и рекомендации автора, которые можно использовать в продвижении российских брендов за рубежом. Исследование отличается новизной и соответствует общим требованиям, предъявляемым к подобного рода работам. При условии успешной зашиты рекомендуемая оценка «отлично».

1. **Рекомендованная оценка: 5 (отлично)**

 **«02» июня 2019 г.**

 ***Должность/подпись/ФИО:***

***к.и.н., доц. каф. МГС***

 ***Боголюбова Н.М.***

1. Выставление оценки «неудовлетворительно» по одному из критериев автоматически означает рекомендацию оценки «неудовлетворительно» за работу в целом. В этом случае рецензент подробно обосновывает собственное мнение в *Комментариях к оценке* и *п.2. Заключение/рекомендации членам ГЭК.*  [↑](#footnote-ref-1)