

ОТЗЫВ

научного руководителя о выпускной квалификационной работе студентки бакалавриата факультета социологии СПбГУ Вагаповой Джулии Халитовны «Эффективность социокоммуникативных технологий в ресторанной индустрии: на примере ресторанного бизнеса в Санкт-Петербурге» по направлению подготовки 040100 – «Социология»

Квалификационная работа Д.Х. Вагаповой посвящена исследованию эффективности социокоммуникативных технологий в ресторанной индустрии на примере ресторанного бизнеса в Санкт-Петербурге. Работа направлена на изучение реальных практик использования связей с общественностью, рекламы и маркетинга в активно развивающейся сфере услуг общественного питания. Подобный поворот в социологии коммуникации и социологии потребления весьма актуален.

Объектом исследования выбраны социокоммуникативные технологии в ресторанном бизнесе, предметом - реклама и маркетинг в ресторанной индустрии в Санкт-Петербурге. Цель работы состояла в выявлении механизмов получения прибыли в ресторане посредством социокоммуникативных технологий. В работе предложены и проверены три ориентированные на практику ресторанной индустрии гипотезы. В целом поставленные в работе задачи выполнены. На основании результатов собственного эмпирического исследования, разработанных материалов (кейсов) и проанализированных данных предложена оценка социокоммуникативных технологий в ресторанном бизнесе.

В первой главе раскрываются теоретические основы исследования интегрированных маркетинговых и рекламных коммуникаций. Дается анализ ресторанной индустрии в контексте теории общества потребления Ж. Бодрийяра. Особое внимание уделяется характеристике ресторанного бизнеса, в частности, его истории, разновидностям. Раскрываются некоторые аспекты связей с общественностью, маркетинга, рекламы в ресторанном бизнесе. На примере сферы услуг в ресторанном бизнесе анализируется реклама, типология коммуникативных PR-технологий и специфика информационно-коммуникативного сопровождения. Во второй главе рассматриваются практики ресторанного бизнеса в Санкт-Петербурге и особенности использования социокоммуникативных технологий в ресторанном бизнесе в Санкт-Петербурге. Предлагаются несколько кейсов, в частности: «3 этаж». Никита Рамко; «The Safe». Артур Руднецкий; «Bonch». Михаил Георгиевский; «Птичий Двор». Даниил Глазырин; Кейс «Птичий Двор». Сергей Глазырин. Ксения Сергеева; «Tse Fung». Светлана Ржевцева.

Подводятся общие итоги по результатам эмпирического исследования использования социокоммуникативных технологий в ресторанном бизнесе в Санкт-Петербурге.

В работе Д.Х. Вагаповой дается анализ разнообразных информационных, социокоммуникативных ресурсов и технологий, используемых в ресторанном бизнесе в Санкт-Петербурге. Полученные самостоятельно данные интервью и кейсов позволяют ей сформулировать ряд интересных выводов и предложений о ресторанном бизнесе в Санкт-Петербурге. Автор осуществила полевое изучение специфических практик использования связей с общественностью, рекламы и маркетинга в ресторанном бизнесе, данные которых изложены в материалах приложений. Безусловно, самым сложным моментом в работе явился анализ эффективности социокоммуникативных технологий в ресторанной индустрии в Санкт-Петербурге.

Проделанная Д.Х. Вагаповой работа и полученные ею результаты демонстрируют достаточно хороший уровень исследовательской квалификации, аналитические способности. Автор успешно справилась с поставленными задачами проведения исследования и написания выпускной квалификационной работы. В целом представленная работа Д.Х. Вагаповой соответствует требованиям, предъявляемым к квалификационным работам уровня бакалавриата, и заслуживает положительной оценки.

Научный руководитель,
проф., д. ф. н., зав. кафедрой социологии культуры и
коммуникации факультета социологии СПбГУ



В.В. Козловский

20.05.2016