

## Отзыв рецензента

на дипломную работу Вагаповой Джулии Халитовной “Эффективность социокоммуникативных технологий в ресторанной индустрии: на примере ресторанного бизнеса в Санкт-Петербурге”.

Работа Вагаповой Дж.Х. посвящена теме социальных и коммуникативных технологий в ресторанном бизнесе. Сами рестораны как объект социологического исследования привлекает все большее внимание ученых. В дипломе поднимается более узкая тема как работает PR служба ресторана, как работает на ресторан event-индустрия, какие технологии есть продвижения ресторана (типа концерты или флаеры). На моей памяти это первая работа подобного рода. Она абсолютно новая, хочу особо отметить - нацеленная на практику. Согласен с автором, что без успешной рекламной кампании ресторан не может быть успешным, поэтому актуальность темы не вызывает сомнений. Работа полностью, от а до я, самостоятельная, хороший стиль изложения и подача: видно, что коммуникативным технологиям сам автор обучился.

В первой главе рассматривается теория общества потребления Бодрийяра как методологическая основа диплома. Потребление становится бесконечной символической практикой и создает общество изобилия. Люди, которые приходят в ресторан, потребляют не только еду и напитки, но и смыслы, образы и впечатления. Поэтому в этом обществе изобилия потребления предложить качественный продукт питания не достаточно, необходимо еще создать определенную атмосферу ресторана, привлечь особыми мероприятиями посетителей. Согласен с автором, что для “...определенного типа заведения требуются различные подходы к реализации PR- и арт-коммуникаций”; каждый ресторан (кроме фаст-фуд) уникален и требует своего особенного отношения к рекламе и PR.

Во второй главе рассматриваются особенности использования социокоммуникативных технологий в ресторанном бизнесе в Санкт-Петербурге. Это 6 кейсов, где в каждом рассматривается отдельный ресторан или бар. Это и есть собственное эмпирическое исследование, автор провел несколько экспертных интервью. Получена важная информация для исследования.

Замечания:

1. Собственно вопросу эффективности в работе уделено 2 страницы, никаких ни моделей, и способов расчета, ничего не представлено. Кроме утверждения, что посчитать ее трудно. Вопрос: зачем тогда было выносить эффективность в заглавие?

2. Теоретически работа просто слабая. Никакой особой теории коммуникативных технологий я не увидел, ссылки на устаревшего Бодрийяра не в тему, надо уж было тогда хоть работы Пьера Бурдьё или семиотику Ролана Барта посмотреть (и тот, и другой занимались и социологией питания, и ресторанами).

3. Вторая глава - это просто описание кейсов, анализ - 3 страницы, маловато будет.

Есть в работе и некоторые неточности оформления литературы, используются жаргонные слова типа “пиарщица”.

Диплом соответствует требованиям, предъявляемым к выпускным квалификационным работам по направлению “Социология”. Логика изложения ясная и понятная. Хотя не все задачи выполнены одинаково хорошо в дипломе, настаиваю на положительной оценке.

Рецензент  
20.05.2016 г.

д.социол.н., проф. Ю.В. Веселов