Отзыв

научного руководителя на выпускную квалификационную работу Лиховоловой Марины Олеговны «Языковые особенности товарных знаков»

Работа М.Лиховоловой представляет собой интересное и законченное исследование очень важного пласта лексики – товарных знаков. Своей целью автор ставит выявление и описание лингвистических характеристик имени бренда как языкового знака и успешно решает задачи по достижению этой цели. Имя бренда (товарный знак) рассматривается в работе в двух аспектах – языковом и маркетинговом, что делает исследование М.Лиховоловой чрезвычайно актуальной.

Работу отличает самостоятельность суждений автора, умение критически осмыслить большой объем литературы не только лингвистической, но и из области маркетинга. Стройная логика рассуждений сочетается со способностью исследователя проанализировать весьма разнообразный материал и умением найти закономерности в казалось бы разных процессах. Подробное описание характеристик брендового имени и определение его ономасиологического статуса весьма удачно сопрягается в описанием его функций в области маркетинга и задачами создания успешного имени бренда.

Результаты исследования безусловно обладают как теоретической, так и практической значимостью не только в области ономасиологии, но и в маркетинговой сфере.

Исследование М.Лиховоловой в полной мере отвечает всем требованиям, предъявляемым к выпускным квалификационным работам выпускников бакалавриата и может быть допущено к защите.

Текст ВКР Лиховоловой Марины Олеговны прошел проверку через электронную систему Blackboard СПбГУ на выявление текстовых совпадений в тексте ВКР. Научный руководитель ознакомился с общим характером выявленных системой текстовых совпадений и отметил, что большая часть совпадений представляет собой корректное цитирование с указанием источника (пересказ цитаты без заключения в кавычки с указанием фамилии автора), цифровые знаки композиционной структуры (например, 3.2.1), названия научных работ и имена ученых, клише научной речи и термины.

К.ф.н доцент В.В.Елисеева