

ОТЗЫВ
на выпускную квалификационную работу
студентки 5 курса направления «Реклама и Связи с общественностью»
Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ
Победимовой Инги Андреевны
на тему «ТЕХНОЛОГИИ НЕЙРОЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ
(НЛП) В РЕКЛАМЕ»

Выпускная квалификационная работа посвящена актуальной проблеме. Клиповость сознания современного человека и невероятное количество информационного шума создают предпосылки обращения в коммуникации не только к сознательному восприятию, но и к работе образов на уровне подсознания, принятых в обществе схем и архетипов. Тема НЛП в рекламных коммуникациях является интересной в разрезе осмысления проблематики информирования аудитории о продуктах, услугах, решениях рынка. Структуру научно-исследовательской работы определила заявленная автором грань рассмотрения проблематики и сущности применения НЛП: «... это не техники манипуляций, а техники эффективных коммуникаций».

В первой главе рассматриваются такие вопросы как суть нейролингвистического программирования и его роли в рекламе, раскрывается понятие НЛП и особенности использования технологий НЛП в рекламе. Подробно рассмотрена проблема создания индивидуальных «карт мира» и метапрограммы при работе с сознанием и подсознанием.

Во второй главе проводится анализ использования техник НЛП в вирусной рекламе, вирусный маркетинг и НЛП. Студенткой осуществлён анализ вирусных видеороликов как наиболее яркого примера использования техник НЛП и выявлены техники НЛП, применяемые в вирусных рекламных роликах. Интересным моментом в работе является проведенный Ингой Андреевной контент-анализ в компьютерной психолингвистической программе «ВААП (R)» и выявленная оценка эффективности с точки зрения упоминаемости Mind Share, а также по степени вовлеченности аудитории. В заключении студенткой приведено вычисление брендового трафика самых успешных роликов и множественный регрессионный анализ как способ оценки эффективности техник НЛП.

Исследование представляет интерес для выявления тенденций в системах стратегических коммуникаций брендов.

В качестве рекомендации или пожелания желательно было бы работу до-

полнить материалом сравнительного характера – применение технологий в коммерческом секторе и секторе b2b и рассмотреть вариативную роль визуального образа в работе с подсознательными архетипическими мотивами. Также смутило повествование от первого лица, вместо принятого для научной работы безличного.

Однако, названные недочеты не умаляют достоинств ВКР и могут служить лишь уточнением и рекомендациями к дальнейшей, более углубленной работе.

Выпускная квалификационная работа Победимовой Инги Андреевны заслуживает оценки «отлично», как с теоретической, так и с практической точки зрения. Знания, изложенные в работе, могут быть успешно применены в профессиональной деятельности. Выпускная квалификационная работа отвечает требованиям, предъявляемым к ВКР по основной образовательной программе бакалавра, а ее автор заслуживает присвоения квалификации бакалавра по рекламе и связям с общественностью.

16.05.2016

К.Ю. Муравьева,
К. культурологии, доцент РГУПУ им. Герцена, профессор САХГУ,
управляющий партнер Business & Technologies Group

