**Рецензия**

**на выпускную квалификационную работу**

**обучающейся в СПбГУ**

**Заварзиной Наталии Дмитриевны**

 **«Рекламные коммуникации в позиционировании региона»**

*Выбранная тема является актуальной, яркой и, безусловно, обладает высокой практической значимостью для работы с формированием региональной идентичности. В дипломном исследовании затронута тема специфики рекламных коммуникаций в позиционировании региона.*

*Цель работы заключается в том, чтобы разработать стратегию рекламных коммуникаций для продвижения позиционирования Волгограда.*

*В первой главе рассматриваются вопросы касающиеся специфики позиционирования региональных единиц в маркетинге территорий, основные понятия маркетинга территорий, основные технологические подходы, привидятся примеры использования рекламных коммуникаций в позиционировании территории.*

*Вторая глава посвящена анализу маркетингового потенциала развития архитектуры позиционирования Волгограда.* *В рамках практической части исследования приведен проект разработки коммуникативной стратегия города и применения потенциала рекламных коммуникаций в позиционировании данного региона. Автором разработан интересный проект, воплощение которого обещает принести ощутимую пользу на практике.*

*К недостаткам работы можно отнести тот факт, что в заключении вынесены далеко не все интересные выводы, сделанные автором в ходе исследования и оно получилось значительно беднее самого текста.*

*Однако, отмеченные недостатки не являются критичными и носят скорее уточняющий характер, нацеленный на более глубокое понимание сути работы. Кроме того, результаты исследования полностью соответствуют намеченной цели и решаемым задачам.*

*Следует отметить, что исследование крайне интересно, структурно грамотно выстроено, выводы логичны и обоснованы и главное –практическая и научная значимость исследования неоспорима.*

*В целом, дипломное исследование выполнено на очень хорошем уровне, может быть представлено на суд комиссии и заслуживает высокой оценки.*

****

«19» марта 2017 г.

Муравьева К.Ю.

Кафедра «СО и Рекламы» СПбГУ

Профессор, доцент, кандидат культурологии,

Управляющий партнер “Business & Technologies Group”