

*отзыв Рецензента*  
на магистерскую диссертацию  
**Чижовой Екатерины Сергеевны**

**СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ В СФЕРЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО БРЕНДИНГА  
(НА ПРИМЕРЕ КОЛЬСКОГО ПОЛУОСТРОВА)**

Направление «Реклама и связи с общественностью» (профиль  
«Стратегические коммуникации в связях с общественностью и рекламе»)

Магистерская диссертация Чижовой Екатерины Сергеевны посвящена актуальной теме исследования стратегий территориального брендинга и формированию регионального бренда Кольского полуострова. Одной из наиболее важных тенденций в социально-экономическом развитии России является рост конкуренции среди регионов, что требует формирования эффективного имиджа территории и создания ее идентичности.

Кольский полуостров – небольшая территория на северо-западе страны, которая омывается Балтийским и Баренцевым морем. Как справедливо отмечает Е. С. Чижова, данный регион обладает уникальной природно-ресурсной базой, а также является стратегически важным объектом для Российской Федерации, что делает его привлекательным не только для туристической целевой аудитории, но и открывает большие возможности для инвестирования в регион, а также международного сотрудничества (граница с Норвегией и Финляндией). В связи с этим, актуальность заявленной темы не вызывает сомнений.

Структура работы представляется оригинальной и логически обоснованной; соответствует заявленной теме и отвечает задачам исследования.

Работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. В теоретической главе приводятся обоснования необходимости территориального брендинга, анализируются основные понятия («имидж региона», «бренд региона», «репутация региона» и др.), разбираются теоретические подходы к продвижению территории и анализируются основные стратегии, дается авторская типология. Во второй

главе Е. С. Чижова пишет про зарубежный опыт продвижения территорий, разбирает коммуникационный инструментарий и подробно останавливается на применении выявленных ранее стратегий, а также показывает эффективность каждой в конкретном случае. В третьей главе автор работы проводит интервью с экспертами исследуемой темы, анализирует социально-экономическую стратегию Мурманской области и подробно рассматривает характер присутствия региона в традиционных СМИ и социальных медиа. В последнем параграфе третьей главы даются авторские рекомендации по совершенствованию стратегии и продвижению территориального бренда Кольского полуострова.

Автор, исходя из приведенных исследований, справедливо замечает, что необходимо создавать больше информационных поводов, связанных с выбранным позиционированием региона (Арктическая зона), а также задействовать обширный комплекс каналов коммуникации (СМИ, Интернет, мероприятия и т.д.). Особенно стоит отметить пункт на стр. 118, в котором содержится информация про организационный аспект формирования территориального бренда. В настоящее время неизвестно, кто должен заниматься территориальным брендингом и его финансированием. Автор работы замечает, что выполнять эти функции должны не только государственные органы, но и бизнес-структуры, а также местное население.

Несмотря на неоспоримые достоинства работы, рецензент полагает необходимым отметить некоторые недочеты:

1. Превышение допустимого объема магистерской диссертации;
2. Отсутствие формализованных выводов к главам.

Указанные замечания не снижают высокий профессиональный уровень магистерской диссертации, ее актуальность и новизну. Знания, полученные при написании работы, могут иметь непосредственное применение в практической деятельности в области анализа и проектирования территориальных брендов других российских регионов.

Тема магистерской диссертации полностью соответствует профилю направления подготовки «Реклама и связи с общественностью». Результаты обладают научной новизной, текст магистерской диссертации полностью соответствует требованиям, предъявляемым к выпускным квалификационным работам по данной специальности. В работе присутствует глубокая

проработанность темы и самостоятельный подход прикладной направленности, что заслуживает получения Е. С. Чижовой положительной оценки.

Рецензент

Директор по маркетингу и PR

Heads and Hands

Е. Б Лысякова

20.05.2017