**ОТЗЫВ**

**о магистерской диссертации студентки Института**

**«Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ**

**Ирины Арменовны Багдасарян**

**на тему** **«Экологическая составляющая в продвижении**

**объектов элитной недвижимости Санкт-Петербурга»**

Тема, которой посвящена магистерская диссертация И. Багдасарян, обладает неоспоримой актуальностью. Экологические проблемы и возможности их решения в последнее десятилетие находятся в центре внимания мировой общественности. Все больше игроков на мировой бизнес-арене поворачиваются в сторону ценностных ориентиров устойчивого развития, используя экотехнологии, реализуя программы корпоративной социальной ответственности, направленные на сохранение природной среды и экологическое образование населения. Эта тенденция характерна, в том числе, и для сферы строительства жилья.

Россия находится сегодня на переходном этапе: стандарты устойчивого развития только приживаются в строительной сфере. Однако в условиях экономического кризиса, когда строительные компании вынуждены бороться за каждого покупателя, на первый план выходит уникальность и технологичность продукта. Качественное состояние окружающей среды места застройки, экологически чистые стройматериалы существенным образом влияют на ценность того или иного объекта недвижимости. Экодевелопмент в России – это не только дань западной экологически ориентированной моде, это реальная ориентация на спрос взыскательной потребительской аудитории и уникальный имиджевый ресурс, помогающий по-новому формировать коммуникацию с целевыми группами общественности.

Автор ставит перед собой следующую цель – «выявление особенностей технологического процесса продвижения элитной недвижимости в Санкт-Петербурге и определение эффективности включения в этот процесс экологической составляющей». Для реализации вышеозначенной цели И. Багдасарян применяет широкий спектр методов исследования (преимущественно эмпирических). Можно говорить о том, что уровень владения магистрантом методами проведения качественного анализа документов, экспертного интервью, анализа тематических сайтов, SWOT-анализа, анализа медийного поля соответствует требованиям, предъявляемым к специалистам по связям с общественностью.

Магистерская диссертация опирается на широкий круг источников. Магистрант демонстрирует хорошее знание трудов исследователей и специалистов-практиков (в том числе и западных), посвященных различным аспектам рассматриваемой в магистерской диссертации темы. В основе исследования – 87 источников (в том числе на английском языке), включающих как монографии и научные статьи, так и интернет-сайты, пресс-релизы, публикации, а также документацию и статистику, опубликованную на специализированных порталах.

И. Багдасарян обладает необходимыми специалисту по рекламе и связям с общественностью навыками поиска, сбора, обобщения и анализа как теоретического, так и эмпирического материала.

Среди неоспоримых **плюсов теоретической главы** отмечу следующее:

1. тема исследована на стыке нескольких дисциплин (социологии, маркетинга, экономики и права), что сделало магистерскую работу более глубокой и богатой с точки зрения теоретико-методологических подходов;
2. проведен системный и функциональный анализ сферы элитной недвижимости в Санкт-Петербурге: выявлены основные игроки и их удельный вес на рынке, особенности развития и тренды отрасли;
3. на основе нормативно-правовых документов и экспертных интервью со специалистами по строительному бизнесу разработана авторская классификация жилой недвижимости (стр.24-26);
4. дана характеристика потребителя элитной жилой недвижимости и определены мотивы потребления данного продукта;
5. проанализирован западный и отечественный опыт PR-продвижения элитной недвижимости, выявлены основные тренды, в том числе и в экодевелопменте.

К безусловным **достижениям** И. Багдасарян **в эмпирической главе** отнесу:

1. разработку авторской методики анализа на базе концепции бренд-маркетинга роскоши степени уникальности исследуемых в работе объектов элитной недвижимости (стр. 61-62, 68-69);
2. применение метода SWOT-анализа для выявления проблем и перспектив исследуемых базисных PR-субъектов (стр.63, 69-70);
3. глубинное изучение не только контента и визуального оформления сайтов, но и таких параметров, как траффик, SEO-продвижение, юзабилити, бартерные программы;
4. профессиональный подход к изучению медиаполя базисных PR-субъектов, а именно: использование специальной мониторинговой программы «Integrum.Профи»; оформление количественных данных в таблицы, графики и диаграммы; адекватные комментарии и выводы;
5. рассмотрение феномена экодевелопмента на западном и отечественном строительном рынке и выявление экологической составляющей в PR-продвижении объектов элитной жилой недвижимости в Санкт-Петербурге;
6. продуманные, соотнесенные с результатами SWOT-анализа и выявленными PR-трендами, рекомендации по совершенствованию PR-коммуникаций и включению в них экологической составляющей для отечественных строительных компаний.

Данные, полученные в ходе исследования, безусловно, представляют интерес в практической деятельности отделов по связям с общественностью, коммуникационных агентств, консалтинговых фирм и т.д., специализирующихся на PR в строительной сфере и на экологическом PR.

Структура работы в целом соответствует поставленным целям и задачам, ее можно считать логичной и обоснованной. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, списков использованной литературы и электронных источников, а также приложений. Степень грамотности и оформления материала (с учетом того, что соискатель является иностранцем) в целом соответствует нормам и правилам, действующим в отношении данного вида текстов. Стиль изложения соответствует нормам научного стиля речи, он весьма удобен для чтения и восприятия.

Однако рецензируемая работа несвободна от некоторых недостатков.

1. Автор не дает ссылок на экспертные мнения представителей компаний, изучаемых в эмпирической главе. Интервью со специалистами дали бы возможность более объективной оценки деятельности PR-служб LEGENDA Intelligent Development и ОАО «Леонтьевский мыс».
2. Автор сосредотачивает свое внимание на такой целевой группе общественности, как потребители объектов элитной жилой недвижимости, тогда как анализ PR-деятельности PR-субъекта подразумевает все же рассмотрение полного спектра целевых групп.
3. В теме работы, в тексте и названии глав мы встречаем словосочетание «экологическая составляющая», однако Ирина Арменовна так и не дает определения этой категории.
4. Текст не свободен от незначительного количества опечаток.

Отметим, что приведенные выше замечания не снижают общего положительного впечатления от работы, которая, заметим, открывает перед автором весьма заманчивые исследовательские перспективы. Магистерская диссертация И. Багдасарян, несомненно, состоялась как самостоятельное научное исследование и заслуживает высокой положительной оценки.

Кандидат филологических наук,

доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций,

специалист Управления общественных связей

Пермского государственного национального

исследовательского университета

 А. Пустовалов

17.05.2017