

**ОТЗЫВ НАУЧНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ  
МАГИСТЕРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ  
«PR СОПРОВОЖДЕНИЕ ЛОКАЛИЗАЦИИ БРЕНДОВ ЗАРУБЕЖНЫХ  
АВТОМОБИЛЬНЫХ КОМПАНИЙ В ПРОСТРАНСТВЕ WEB 2.0»  
МАГИСТРАНТКИ ТИТАРЕНКО ЕЛИЗАВЕТЫ ЕВГЕНЬЕВНЫ  
НАПРАВЛЕНИЕ «ЖУРНАЛИСТИКА» (ПРОФИЛЬ «СВЯЗИ С  
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»)**

Е.Е.Титаренко 2011 году на «отлично» защитила красный диплом на кафедре английского языка и перевода филологического факультета СПбГУ. В этом же году поступила в магистратуру факультета журналистики СПбГУ.

Проходила стажировку по обмену в Macquarie University (Австралия, Сидней). Изучала Media, Intercultural Relations и Public Relations. Именно в этом направлении и развивалась работа над магистерской диссертацией.

Имеет две научные публикации по теме диссертации:

- 1) Титаренко Е.Е. Брендинг в интернет-среде: эффект лояльности и межкультурная коммуникация – с. 238-240. // Средства массовой информации в современном мире: молодые исследователи: материалы XI международной конференции студентов и аспирантов (5-7 марта 2012 года) / под ред. М. А. Бережной; сост. А. Березовская. – СПб.: С.-Петербург. Гос. ун-т, 2012.
- 2) Титаренко Е. Е. Контент анализ коммуникационных стратегий автомобильных брендов в новых медиа – с. 205-207 // Средства массовой информации в современном мире. Молодые исследователи: материалы XII международной конференции студентов и аспирантов (11–13 марта 2013 года) / Под ред. М. А. Бережной; сост. Е. А. Королев. — СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, 2013.

Производственную практику проходила в агентстве интернет-коммуникаций «Сотби», где занимала должность PR специалиста (апрель 2012 – март 2013).

Лауреат конкурса студенческих проектов (проект «Школа SMM-специалиста») - международная конференция BalticPR Weekend-2012 –

При написании магистерской диссертации магистрантка Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ Е.Е.Титаренко зарекомендовала себя как вдумчивый и грамотный специалист, способный к глубокому теоретическому анализу, изучению, обобщению научной литературы и выработке на этой основе собственных подходов и концепций.

Избранная для магистерской диссертации тема исследования не только имеет научно-теоретическую значимость, но и обладает существенными элементами научной новизны. Это обусловлено недостаточной разработанностью ключевых понятий исследования и отсутствием однозначных подходов к операционализации категории локализации бренда в среде Web 2.0. Магистрантка предлагает в этой сфере оригинальные подходы и авторские разработки, что, несомненно, является признаком наличия в работе научной новизны.

С точки зрения научного руководителя, Е.Е.Титаренко успешно справилась с задачей обучения в магистратуре СПбГУ и написанием магистерской диссертации. Магистерская работа представляет собой интересное практически ориентированное исследование. Хотелось бы порекомендовать автору не останавливаться на достигнутом.

В целом можно сделать вывод, что магистрантка Е.Е.Титаренко зарекомендовала себя способным к самостоятельной теоретической и эмпирической работе исследователем с высоким научным потенциалом. Преддипломная практика и дипломная работа оцениваются на "отлично".

Научный руководитель,  
зав. кафедрой связей с общественностью  
в бизнесе д.с.н., проф.



Д.П.Гавра