

РЕЦЕНЗИЯ
на магистерскую диссертацию
Ли Лулу
**«Специфика кризисных PR-стратегий предприятий
пищевой промышленности Китая»**
Профиль магистратуры – «Связи с общественностью»

Магистерская диссертация Ли Лулу производит положительное впечатление минимальным количеством ошибок и хорошим уровнем владения русским языком, фактически лишенным стилистических погрешностей, что для работы иностранного магистранта действительно большой плюс.

Введение содержит все необходимые

Актуальность исследования обосновала магистрантом не очень хорошо, но изложенные тезисы возражения не вызывают. В числе факторов, обуславливающих своевременность и необходимость исследования по данной проблематике, Ли Лулу называет экономическую глобализацию, которая трансформирует пищевую промышленность на национальном уровне, и недостаточное развитие PR предприятий пищевой промышленности Китая, в то время как конкурентоспособность предприятия тесно связана с грамотной PR-стратегией.

В обоснование актуальности автор выносит практическую значимость исследования. Работа носит практико-ориентированный характер. Отмечая недостаточное развитие практического применения PR-технологий предприятиями пищевой промышленности, автор диссертационного исследования в качестве одного из обоснований актуальности называет своевременность анализа деятельности PR-службы предприятия «Шуанхуй» в период кризисной ситуации, выявленные проблемы и недостатки, оптимизация PR-стратегии позволила восстановить имидж предприятия «Шуанхуй» после кризисной ситуации и систему кризисного управления.

Объект и предмет сформулированы верно. Так, магистрант в качестве объекта выбирает PR-технологии, рассматривая специфику их применения в сфере пищевой промышленности в кризисных ситуациях.

Целью проводимого исследования сформулирована четко, согласно характеру поставленной цели, исследование относится к «уточняющему» типу. Поставленные задачи логичны, последовательны и равнозначны, однако не отражают всей структуры исследования. По сути, в представленных задачах отражен заключительный этап исследования, отражающий ход работы с третьей главы.

Автором сформулирована рабочая гипотеза, объект, предмет, цель и задачи методологически связаны с гипотезой.

Выбранные для анализа методы исследования указаны во введении тезисно, не раскрыты.

Упущены такие структурные единицы введения научно-исследовательской работы как теоретическая и эмпирическая база, хронологические рамки также не обозначены. Автор не сформулировал научную новизну и практическую значимость исследования, которые, тем не менее, очевидны и могли бы выгодно дополнить введение как часть научного текста.

Общий объем работы достаточный, соответствует требованиям.

Структура работы логична и соответствует цели и задачам исследования.

Первая глава «Теоретические основы PR-стратегий в сфере пищевой промышленности» представляет собой справочный обзор теоретических

представлений о деятельности PR-службы предприятия и основных этапах планирования PR-кампании. Третий параграф «Особенности PR-стратегий в сфере пищевой промышленности» вместо ожидаемой теоретической основы для разработки PR-стратегии в сфере пищевой промышленности, носит общий характер.

Во второй главе «Особенности PR-стратегий предприятий пищевой промышленности в кризисных ситуациях» автор переходит непосредственно к специфике анализируемой сферы. Однако (стр. 48) в числе действий PR-службы предприятия пищевой промышленности в кризисных ситуациях отраслевая специфика не прослеживается. Однако, две страницы текста посвящены описанию ряда мероприятий, проведенных компанией "Шэньюань". К сожалению, ни специфика кризиса предприятия пищевой промышленности, ни особенности PR-стратегии не сформулированы.

Особый интерес представляют третья и четвертая главы, которые носят практический характер и посвящены анализу опыта PR-служб предприятий пищевой промышленности КНР в кризисных ситуациях. К сожалению, эмпирическая база исследования не достаточно убедительна. Автор приводит в качестве примера проблемы, которые возникали на рынке продуктов питания в КНР. Второй параграф третьей главы представляет анализ зависимости деятельности PR-служб предприятий от традиционной культуры Китая. Данный параграф небольшого объема, но представляет особый практический интерес.

На основании анализа успешных и неуспешных PR-стратегий по преодолению кризисных ситуаций различных предприятий пищевой промышленности автор разрабатывает проект организации PR-стратегии по разрешению кризисной ситуации на предприятии пищевой промышленности «Шуанхуй» провинции Хэнань.

Заключение содержит соответствующие цели и задачам выводы.

Несмотря на несомненные достоинства, магистерская диссертация содержит ряд недочетов, на которые стоит обратить внимание:

1. Структура работы была бы логичнее и прозрачнее при меньшем количестве параграфов и подпараграфов;
2. Сформулированные в заключении аспекты действий PR-службы предприятия пищевой промышленности в кризисных ситуациях не демонстрируют никакой отраслевой специфики;
3. Работа должна быть вычитана и соответствовать нормам русского языка.

Перечисленные замечания не портят общего впечатления о работе и не влияют на итоговую оценку. Магистерская диссертация Ли Лулу представляет собой самостоятельное исследование, поставленные цели и задачи успешно, работа соответствует предъявляемым требованиям и может быть оценена положительно.

К.п.н., доцент

Ю.В. Курышева