

РЕЦЕНЗІЯ

на магістерську кваліфікаційну роботу
студентки Харківської державної академії культури
за спеціальністю – 0.28 Менеджмент соціокультурної діяльності
Бобрової Анастасії Станіславівни
Тема роботи: «Фестиваль як соціокультурний бренд міста:
управління іміджем території через культурні практики»

Кваліфікаційна робота Бобрової А. С. присвячена менеджменту фестивалю як інструменту регіонального брендингу. Тема дипломної роботи виглядає актуальною, адже сьогодні брендинг міста, особливо в умовах кризи, є стратегічно важливим інструментом привернення інвестицій, підсилення економічної стійкості та туристичної привабливості регіону. Формування розгалуженої системи туристичних розваг, культурного й інтелектуального дозвілля для мешканців і гостей конкретної географічної локації сьогодні служить ефективним шляхом не тільки оптимізації економіки регіону, а й побудови культурної ідентичності та соціальної згуртованості. Новизна дипломного проєкту Бобрової А. С. полягає у спробі авторки окреслити гнучку концепцію літературно-мистецького фестивалю, що реалізується у бібліотечному просторі прифронтового міста Запоріжжя, і що стає інструментом територіального брендингу.

Авторкою проаналізовано теоретичні основи брендингу територій, систематизовано підходи до розуміння бренду міста, культурного іміджу регіону, соціокультурного бренду та ролі культурних подій у процесах репутаційного позиціонування. Також у роботі розглянуто особливості менеджменту фестивалів у контексті соціокультурних проєктів; досліджено фестивальні практики як інструмент розвитку територій, зокрема розкрито значення фестивалю як багатофункціонального піар-заходу. У практичній частині кваліфікаційної роботи досліджено соціокультурний контекст прифронтового міста, окреслено потреби громади Запоріжжя, характеристику аудиторії.

Зміст кваліфікаційної роботи свідчить про вміння здобувачки використовувати отримані теоретичні знання та практичні навички у менеджеруванні соціокультурних проєктів, проте варто також сказати і про недоліки роботи. На нашу думку, було би доречно продемонструвати вміння застосовувати аналітичні методи дослідження у менеджменті, наприклад, бенчмаркінг щодо конкурентоспроможності запропонованого проєкту, або інші методи. Також варто було би підсилити візуалізації проєкту, які би продемонстрували маркетингові шляхи, запропоновані авторкою. Серед вад текстового оформлення дипломної роботи варто зазначити наявні помилки у списку використаних джерел, а саме недотримання алфавітної послідовності.

У цілому кваліфікаційна робота Бобрової А. С. має логічну структуру, оформлена відповідно до існуючих вимог, тему дослідження розкрито на достатньому науковому рівні. Зміст кваліфікаційної роботи відповідає поставленій меті та завданням. Висновки, які стосуються територіального маркетингу шляхами фестивальної практики, виглядають обґрунтованими.

Отже, виконана кваліфікаційна робота «Фестиваль як соціокультурний бренд міста: управління іміджем території через культурні практики» заслуговує на позитивну оцінку, а студентка Боброва Анастасія Станіславівна гідна присвоєння освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр» за спеціальністю 0.28 «Менеджмент соціокультурної діяльності».

Рецензент:

кандидат філософських наук, доцент
кафедри теорії культури і філософії науки
ННІ філософії, культурології, політології
Харківського національного університету
імені В. Н. Каразіна

Катерина ПЛЮГІНА