

РЕЦЕНЗІЯ
на наукову роботу «Бренд», представлену на Конкурс
(шифр)
з прикладної лінгвістики
(назва галузі знань, спеціальності, спеціалізації)

№ з/п	Характеристики та критерії оцінки рукопису наукової роботи	Рейтингова оцінка. Максимальна кількість балів (за 100-бальною шкалою)	Бали
1	Актуальність проблеми	10	10
2	Новизна та оригінальність ідей	15	15
3	Використані методи дослідження	15	15
4	Теоретичні наукові результати	10	8
5	Практична направленість результатів (документальне підтвердження впровадження результатів роботи)	20	3
6	Рівень використання наукової літератури та інших джерел інформації	5	4
7	Ступінь самостійності роботи	10	10
8	Якість оформлення	5	5
9	Наукові публікації	10	0
10	Недоліки роботи (пояснення зниження максимальних балів у пунктах 1-9):		
10.4	Заявлені здобутки щодо поглиблення теорії іміджології і брендингу, визначення ролі соцмереж у просуванні персонального бренду потребують деталізації та поглиблення		
10.5	Робота має практичну направленість результатів, але відсутнє документальне підтвердження впровадження результатів роботи		
10.6	До аналізу залучено праці тільки українською та російською мовами		
10.9	Публікацій не подано		
Сума балів			70

Загальний висновок Рекомендується до захисту на науково-практичній конференції