

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по научной работе
ГОУ ВПО ДНР «ДонГТУ»

к.т.н., профессор

С.В. Куберский

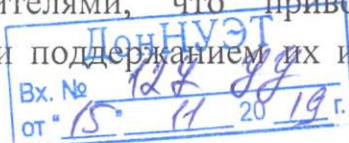
«05» ноября 2019 г.

ОТЗЫВ

ведущей организации по диссертации Чугункиной Ирины Владимировны на тему: «Маркетинговые стратегии формирования имиджа услуг дополнительного профессионального образования», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг)

Актуальность для науки и практики

Современное социально-экономическое развитие характеризуется разными терминами, общей чертой которых, является знание, так как знания в современном быстро изменяющемся мире подвержены быстрому устареванию и требуют пополнения в течение жизни человека. Это касается как профессиональных знаний, так и знаний, позволяющих адекватно оценивать происходящие изменения в социальной, культурной, политической и экономической и др. сферах жизнедеятельности современного человека, члена общества. Для реализации возможности обучения в течение жизни необходимы, как институциональные основы, заложенные в писанной форме, так и неписанные правила, осознаваемые человеком в виде потребностей или общепринятых норм. Особенностью современных условий функционирования вузов и учреждений дополнительного профессионального образования (ДПО) является то, что они уже не могут опираться на институционально закрепленные традиции и рассчитывать в полной мере на финансирование от государства, что требует учета этих изменений ввиду возможности возникновения банкротства. В таких условиях актуализируется вопрос разработки маркетинговых стратегий формирования имиджа услуг ДПО, направленных на популяризацию и развитие отечественных образовательных учреждений, так как привлечение новых групп потребителей, освоение новых технологий и разработка новых курсов и обучающих продуктов требуют от учреждений ДПО эффективного взаимодействия с существующими потребителями, что приводит к необходимости в управлении формированием и поддержанием их имиджа.



Выше изложенное обуславливает актуальность темы диссертационной работы.

Диссертация выполнена согласно научным исследованиям ФГБОУ ВС «Ухтинский государственный технический университет»: хоздоговорной темы № 1/2016 «Разработка научно-обоснованных рекомендаций по использованию положений профессиональных стандартов при разработке профессиональных компетенций должностей по штатному расписанию для предприятия нефтяного сектора экономики ООО «ЛУКОЙЛ – Коми» (г. Усинск, ООО «ЛУКОЙЛ – Коми»), в которой были исследованы профессиональные стандарты, актуальные для промышленности Республики Коми и определены ключевые компетенции по каждому из стандартов.

Все вышеперечисленное обуславливает актуальность темы диссертационной работы Чугункиной Ирины Владимировны, посвященной маркетинговым стратегиям формирования имиджа услуг дополнительного профессионального образования.

Основные научные результаты и их значимость для науки и производства

Содержание диссертации соответствует в полной мере теме и раскрывает ее на должном теоретико-методологическом уровне, отвечающем уровню кандидатских диссертаций. Цель, заявленную в диссертации, считаем реализованной в достаточной степени. По структуре диссертационная работа Чугункиной И.В. содержит введение, 3 раздела, включающих 9 подразделов, и выводы по каждому разделу, заключение, список литературы и приложения. Содержание работы определяется поставленной целью и соответствует последовательности решения задач исследования. Выводы по разделам и заключение обобщают научные результаты. Пункты научной новизны обоснованы.

К наиболее значимым новым научным результатам, полученным соискателем, относятся:

1. Усовершенствован концептуальный подход к разработке маркетинговых стратегий формирования имиджа услуг учреждений дополнительного профессионального образования, который в отличие от традиционных, основывается на системном подходе и построении молекулы диверсифицированных нормативных компетенций (ДНК) услуг ДПО, учитывающую специфику оказания таких образовательных услуг, позволяющую сформировать адаптированную продуктовую и коммуникационную стратегии учреждения максимально ориентированную на потребителя, его запросы и удобство восприятия информационного

посыла на основе предложенного механизма оценки имиджа услуг ДПО, формирования портрета потребителя и оценки сайта как инструмента коммуникации с потребителем;

2. Усовершенствована маркетинговая модель формирования имиджа услуг ДПО, которая в отличие от известных основана на потребностях первичных и вторичных потребителей образовательных услуг, что позволяет учитывать эмоциональную и рациональную составляющие;

3. Усовершенствован механизм формирования молекулы диверсифицированных нормативных компетенций (ДНК) услуг ДПО, включающий информационное, организационное и методическое обеспечение и последовательность этапов: выбор профессионального стандарта, определение перечня нормативных компетенций, составление перечня программ дополнительного профессионального образования, целью которых является формирование выделенных нормативных компетенций; систематизирование программ и построение молекулы ДНК услуг ДПО, что позволит обозначить связи программ ДПО с профессиональными стандартами, а также обеспечит условия для обоснованного выбора программ потребителями;

4. Усовершенствован организационный механизм управления имиджем услуг учреждений ДПО на основе маркетингового стратегирования, отличием которого является его базирование на системном и молекулярном подходе, позволяющем алгоритмизировать процесс, обеспечить визуализацию предоставляемых образовательных услуг ДПО на основе систематизации профессиональных стандартов и программ дополнительного профессионального образования в учреждениях ДПО, что служит основой для разработки маркетинговых стратегий в разрезе продуктовой и коммуникационной ее составляющих;

5. Получила дальнейшее развитие классификация имиджа образовательного учреждения ДПО на основе обобщения и систематизации известных критериев и дополнения ее критериальными признаками по качеству имиджа (положительный, отрицательный); по степени сформированности (полностью/частично либо не сформированный); по требуемым действиям (требующий поддержания, корректирующего воздействия либо кардинальных изменений), а также выделения двух типов: внутренней и внешний имидж;

6. Получил дальнейшее развитие категориальный аппарат маркетинговой стратегии формирования имиджа услуг ДПО, а именно: андрагогическое образование (процесс и результат обучения взрослых людей, направленный на получение ими знаний, навыков, компетенций в

соответствии с качественными и количественными требованиями, доведенными до определенного уровня, согласно целей обучения); взрослый учащийся (индивидуум (человек), который обучается параллельно с осуществляемой им иной деятельностью); образование для взрослых (представляет собой образовательное направление, которое направлено на обеспечение удовлетворения образовательных потребностей индивида (человека), занятого самостоятельной профессиональной деятельностью); процесс формирования и развития имиджа (сложный, многоплановый, системно организованный и систематически реализуемый процесс, который требует значительных усилий и внимания); имидж услуг ДПО (совокупность всех впечатлений, опытов, знаний людей о конкретном образовательном учреждении, реализующем программы ДПО); маркетинговое стратегирование (непрерывный процесс выработки и корректировки стратегии, направленный на поддержание конкурентоспособности учреждения и расширение партнерских связей); молекулярный подход (визуализация образовательных услуг ДПО, призванная систематизировать профессиональные стандарты и программы дополнительного профессионального образования в учреждениях ДПО, обеспечить условия для осознанного выбора потребителем программы обучения с точки зрения социальной составляющей маркетинга образовательных услуг и в целях персонализации маркетинговой коммуникации в процессе создания имиджа образовательной организации); молекула ДНК услуг ДПО (диверсификация нормативных компетенций, отражающая набор услуг дополнительного профессионального образования с учетом возможности их применения потребителями для достижения личных целей).

Теоретическое значение полученных результатов следует из актуальности цели и задач диссертации, а также определяется достигнутым уровнем исследования проблем, научной новизной, развитием методологических аспектов и расширением научных подходов к совершенствованию процесса разработки маркетинговых стратегий формирования имиджа услуг ДПО. А именно: в совершенствовании теоретических положений (уточнено понятие «андрогогическое образование», «взрослый учащийся», «образование для взрослых», «имидж услуг ДПО», обоснованы принципы управления имиджем образовательных учреждений, предоставляющих услуги ДПО) и развитии концептуальных положений, раскрывающих сущность, содержание и основные этапы и подходы к разработке маркетинговой стратегии формирования имиджа услуг ДПО, что дополняет ряд разделов современной теории маркетинга, бренд-менеджмента системным использованием методологии молекулярного

подхода к управлению имиджем услуг ДПО и цифровой коммуникационной стратегией.

Практическая значимость результатов проведенного исследования состоит в расширении методического аппарата управления имиджем услуг ДПО, а именно: предложен подход к маркетинговой стратегии формирования имиджа услуг ДПО и их продвижению; разработан механизм управления имиджем учреждений ДПО, включающий методики оценки имиджа учреждений ДПО по продуктовой и коммуникационной стратегиям, формирования молекулы ДНК услуг ДПО; использование матрицы креативной идеи в формировании коммуникационной стратегии, а также карты сайта и карты мобильного приложения образовательного учреждения, в том числе ДПО, составляющие основные направления, повышающие ценность, узнаваемость и актуальность таких услуг для потребителей. Полученные автором научно обоснованные рекомендации могут быть использованы в практической маркетинговой деятельности по разработке стратегий формирования имиджа услуг образовательных учреждений, представляют интерес не только для менеджмента вузов, но и для специалистов, занимающихся исследованием и развитием имиджа услуг ДПО в Российской Федерации и Донецкой Народной Республике.

Предложения и рекомендации, разработанные в диссертации, одобрены и внедрены в практическую деятельность ряда предприятий: ООО «ЛУКОЙЛ-Коми», ГУ Республики Коми «Центр занятости населения города Усинска», ООО «СЕМПЛ», ФГБОУ ВО «Ухтинский государственный технический университет» Институт дополнительного профессионального образования и обучения, ФГБОУ ВО «Филиал Ухтинского государственного технического университета г. Усинск».

Отдельные теоретические положения и материалы исследования используются в учебном процессе ФГБОУ ВО «Ухтинский государственный технический университет».

Достоверность результатов диссертации

Основные научные положения, выводы и рекомендации, сформулированные в диссертации, являются обоснованными и достоверными, что подтверждается широким использованием методов исследования, анализом обширного массива научного материала, использованием официальной статистики и международного опыта, обсуждением результатов исследования на семи конференциях разного уровня с широкой географией, в частности: двух республиканских научно-практических конференциях; трех международных научно-практических; одной всероссийской научно-практической конференции, а также

публикациями результатов исследования в рецензируемых научных изданиях. Так, по результатам исследования соискателем опубликовано 21 научная работа (общим объемом 12,6 печ. л., из которых лично автору принадлежит 8,9 печ.л.), среди которых: 7 статей в специализированных научных изданиях, рекомендованных ВАК; 5 статей – в специализированных научных изданиях, индексируемых РИНЦ; 2 статьи – в других рецензируемых изданиях; 7 работ апробационного характера. География публикаций – ДНР, Россия, ЛНР, Германия.

Диссертация Чугункиной И.В. является самостоятельной, завершенной научной работой, выполненной на актуальную тему, характеризующейся элементами научной новизны, теоретической и практической значимостью, вносящей определенный вклад в исследование и решение важной научной задачи.

Рекомендации по использованию результатов и выводов диссертации

Данное исследование имеет важное значение для решения целого ряда социально-экономических задач. Считаем целесообразным использовать результаты диссертационной работы Чугункиной И.В. в практической маркетинговой деятельности по разработке стратегий формирования имиджа услуг образовательных учреждений, представляют интерес не только для менеджмента вузов, но и для специалистов, занимающихся исследованием и развитием имиджа образовательных услуг ДПО в Российской Федерации и Донецкой Народной Республике.

Также разработанные в диссертации теоретические положения целесообразно использовать в учебных курсах и материалах при подготовке специалистов в области экономики, маркетинга и менеджмента.

Общие замечания

Отмечая научную и практическую значимость работы, высокую степень обоснованности основных ее результатов, следует также указать на некоторые недостатки и дискуссионные положения, имеющиеся в диссертации.

1. В разделе 1 диссертант используется понятие «Личность», которое не относится к экономической категории – следовало бы использовать другой термин, например, «субъект».

2. В разделе 1, параграф 1.3 диссертации следовало бы больше внимания уделить теоретическому обоснованию вопросов организационно-методического обеспечения при осуществлении стратегирования.

3. В разделе 2 дискуссионным является тезис, что «...обобщенная трудовая функция корреспондируется с должностными обязанностями (типовое описание профессии, должности), но не тождественна должностной инструкции в конкретной организации».

4. В разделе 2, подраздел 2.3 проведен анализ сайтов пяти образовательных учреждений (таблица – Параметры, определяющие критерии оценки сайтов учебных учреждений) целесообразно было бы указать адреса сайтов этих учреждений.

5. В разделе 3, рисунок «Организационный механизм управления имиджем» включен элемент «сопутствующие услуги», авторское понимание которого целесообразно пояснить.

Однако указанные замечания не являются принципиальными и не снижают общей положительной оценки, научной ценности и практической значимости выполненной диссертационной работы.

Заключение

Диссертационная работа Чугункиной И.В. на тему: «Маркетинговые стратегии формирования имиджа услуг дополнительного профессионального образования» представляет собой законченную научно-исследовательскую работу, выполненную на актуальную тему.

Выводы и рекомендации достаточно обоснованы. Текст автореферата диссертации полностью соответствует содержанию диссертации. Язык диссертации лаконичен, корректен, понятен и соответствует современным научным нормам.

Содержание диссертации и автореферата соответствует Паспорту специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг, в частности: п. 9.1 – Теоретические основы и современные направления развития рыночной политики компаний на основе концепции маркетинга; п. 9.12 – Факторы и мотивы потребительского поведения: методы исследования, оценка и использование в маркетинге; п. 9.24 – Управление продвижением товаров и услуг, в том числе управление выставочной деятельностью; п. 9.25 – Современные методы формирования имиджа организации как элемента маркетинговой стратегии.

Таким образом, отмечая научную новизну полученных результатов в диссертации, обращая внимание на теоретическую и практическую значимость исследования, считаем, что диссертация на тему: «Маркетинговые стратегии формирования имиджа услуг дополнительного профессионального образования» отвечает требованиям п. 2.2 Положения о присуждении ученых степеней, а ее автор Чугункина Ирина Владимировна заслуживает

присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

Отзыв обсуждён и одобрен на заседании кафедры менеджмента Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования Луганской Народной Республики «Донбасский государственный технический университет» «29» октября 2019 г., протокол № 2.

Я, Припотень Владимир Юрьевич, согласен на автоматизированную обработку персональных данных.

Доктор экономических наук, профессор,
и.о. зав. кафедрой менеджмента
Государственного образовательного учреждения
высшего профессионального образования
Луганской Народной Республики
«Донбасский государственный
технический университет»

В.Ю. Припотень

Подпись Припотня В.Ю. удостоверяю
Зам. начальника ОкиД

М.С. Бутковская



Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
Луганской Народной Республики
«Донбасский государственный
технический университет»
94204, г. Алчевск, пр. Ленина, д. 16
Тел.: (06442) 2-60-43
e-mail: info@dstu.education
сайт: <http://www.dstu.education.ru>