

ОТЗЫВ

научного руководителя на диссертационную работу
Чугункиной Ирины Владимировны на тему: «Маркетинговые стратегии
формирования имиджа услуг дополнительного профессионального
образования», представленную 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)

Чугункина Ирина Владимировна в 2006 году закончила ГОУ ВПО «Стерлитамакская государственная педагогическая академия» и обучаясь на технолого-экономическом факультете получила специальность «Учитель технологии и предпринимательства ВСВ». С 2001 г. начала трудовую деятельность и работала на должности: мастер производственного обучения в ПТУ № 46 (2001-2002 гг., г. Белебей, Республика Башкортостан); мастер производственного обучения в Профессиональном лицее № 36 (2002-2007 гг., г. Усинск, Республика Коми); мастер производственного обучения-методист в Образовательном подразделении «Учебный центр» ООО «ЛУКОЙЛ-Коми» (2007-2010 гг., г. Усинск); с 2011 г. является заместителем директора филиала Ухтинского государственного технического университета в г. Усинске. С 2016 года является соискателем кафедры маркетинга и коммерческого дела ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством.

За время работы над диссертацией Чугункина И.В. проявила себя как целеустремленный, грамотный, творческий и ответственный исследователь, способный к научному труду и применению своих знаний на практике. При выполнении диссертационной работы автором четко определены и сформулированы цели и задачи исследования, проанализированы полученные результаты, проведена серьезная аналитическая работа по исследуемому вопросу, продемонстрирована способность выбора адекватных для решения поставленных задач, методов исследования и интеграции результатов собственных исследований с имеющимися научными данными.

Диссертация Чугункиной Ирины Владимировны посвящена актуальной проблеме, т.к. как привлечение новых групп потребителей, освоение новых технологий и разработка новых курсов и обучающих продуктов требуют от учреждений ДПО в том числе, функционирующих на территории ДНР, организации эффективного взаимодействия с существующими потребителями, что приводит к необходимости в управлении формированием и поддержанием

их имиджа.

В диссертации Чугункиной И.В. на основе поставленных задач логично сформирована структура исследования. Результатом работы стал ряд обоснованных положений и рекомендаций, формирующих научную новизну диссертации, основными из которых являются:

□ концептуальный подход к разработке маркетинговых стратегий формирования имиджа услуг учреждений дополнительного профессионального образования, основывающийся 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;

□ маркетинговая модель формирования имиджа услуг ДПО, базирующаяся на потребностях первичных и вторичных потребителей образовательных услуг, что позволяет учитывать эмоциональную и рациональную составляющие;

□ механизм формирования молекулы диверсифицированных нормативных компетенций (ДНК) услуг ДПО, позволяющий включающий информационное, организационное и методическое обеспечение и последовательность этапов ее создания, что позволяет обозначить связи программ ДПО с профессиональными стандартами, а также обеспечивает условия для обоснованного выбора программ потребителями;

□ организационный механизм управления имиджем услуг учреждений ДПО на основе маркетингового стратегирования, базирующийся 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.

Диссертационная работа выполнена в соответствии с научным исследованием, проводимым ФГБОУ ВО «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.

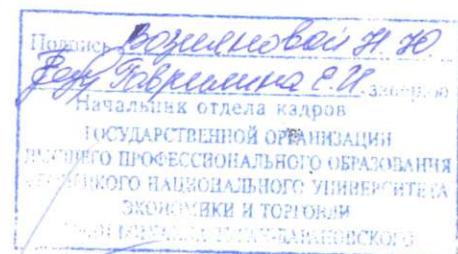
Предложения и рекомендации, разработанные в диссертации, внедрены в практическую деятельность ряда предприятий: ООО «ЛУКОЙЛ-Коми» (справка о внедрении № 109 от 27.05.2019), ГУ Республики Коми «Центр занятости населения города Усинска» (справка о внедрении № 02/665 от 27.05.2019), ООО «СЕМПЛ» (справка о внедрении № 27-05/2019 от 27.05.2019), ФГБОУ ВО «Ухтинский государственный технический университет» Институт дополнительного профессионального образования и обучения (справка о внедрении № 11-54/90 от 22.05.2019), ФГБОУ ВО «Филиал Ухтинского государственного технического университета г. Усинск» (справка о внедрении № 38-01/590 от 20.05.2019), а также в учебном процессе ФГБОУ ВО «Ухтинский государственный технический университет» (справка о внедрении № 38-658 от 23.05.2019).

По результатам исследования опубликована 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.

Логичность и четкость изложения диссертационной работы, а также качество научных публикаций по избранной тематике, отражающих содержание работы, свидетельствуют о высокой научной квалификации автора.

Выше изложенное позволяет сделать вывод, что диссертация Чугункиной Ирины Владимировны на тему: «Маркетинговые стратегии формирования имиджа услуг дополнительного профессионального образования» соответствует требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, и может быть рекомендована к рассмотрению и защите в диссертационном совете, а ее автор 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).

Доктор экономических наук, доцент,
профессор кафедры маркетинга и
коммерческого дела
ГО ВПО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»



Н.Ю. Возиянова