

ОТЗЫВ

на автореферат 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)

Сфера дополнительного профессионального образования (повышение квалификации, стажировка и профессиональная переподготовка) постепенно институционально оформляется, трансформируется и является мощным фактором социально-экономических и научно-технических преобразований в обществе. Ценность исследования дополнительного профессионального образования связана с тем, что данная система вышла за рамки определения «дополнительное» и превращается сегодня в мощный фактор модернизации социально-экономической сферы, что проявляется в подготовке высококвалифицированных специалистов для реального сектора экономики. В связи с этим необходимым является привлечение внимания к образовательным услугам дополнительного профессионального образования, повышение конкурентоспособности учреждений их предоставляющих, установление и расширение партнерских связей между учебными заведениями и предприятиями различных сфер деятельности с помощью разработки маркетинговой стратегии формирования имиджа услуг дополнительного профессионального образования, что подтверждает актуальность темы диссертационной работы.

В диссертации Чугункиной И.В. рассмотрены теоретические подходы к исследованию имиджа услуг дополнительного профессионального образования, проведен маркетинговый анализ стратегий формирования имиджа услуг дополнительного профессионального образования, разработана маркетинговая стратегия формирования имиджа услуг дополнительного профессионального образования.

Положительно следует отметить проведенное автором исследование имиджа образовательных услуг дополнительного профессионального образования Ухтинского государственного технического университета, изучение факторов, влияющих на имидж организации, а также специфику условий деятельности учреждения дополнительного профессионального образования, что позволило сформировать портрет потребителя образовательных услуг.

Вызывают научный интерес результаты исследования имиджевой рекламы в разрезе реальной и виртуальной среды, результаты которого были положены в основу разработки маркетинговой модели формирования имиджа услуг дополнительного профессионального образования.

Отличается научной новизной предложенный автором научно-методический подход к моделированию молекулы ДНК услуг ДПО, который отражает набор услуг дополнительного профессионального образования, с учетом возможности их применения потребителями для достижения личных целей. Предложенный подход является удобным инструментом и для управления для разработки и контроля над реализацией маркетинговой стратегии имиджа услуг ДПО и принятия решения потребителем в пользу образовательного учреждения.

Основные положения и выводы диссертационной работы Чугункиной Ирины Владимировны нашли отражение в публикациях автора и апробированы путем обсуждения на научных конференциях, где получили положительную оценку. По результатам исследования опубликовано 17 научных работ, из которых 7 – в специализированных научных изданиях (4 ВАК ДНР и 3 ВАК РФ).

Из автореферата следует, что работа четко структурирована, изложение материала логически выдержано, отвечает поставленным задачам исследования, а представленные материалы непротиворечивы и в достаточно полной мере раскрывают цели исследования.

Вместе с тем, по содержанию работы имеются замечания:

1. На стр. 7 табл. 1 представлена классификационная структура имиджа услуг ДПО. Было бы целесообразно больше внимания уделить их характеристике.
2. На с. 20 автореферата отмечено, что «...при реализации коммуникационной стратегии предлагается использование мобильного приложения, которое является упрощенной версией сайте». Следовало бы уточнить, автором разработано такое приложение или это только идея.

Приведенные замечания носят преимущественно дискуссионный характер и не влияют на обоснованность основных выводов и защищаемых положений представленной работы. Их следует рассматривать как рекомендации к дальнейшим исследованиям автора по избранному направлению.

В целом диссертационная работа на тему: «Маркетинговые стратегии формирования имиджа услуг дополнительного профессионального образования», представленная на соискание ученой степени кандидата экономических наук, исходя из содержания автореферата, соответствует

требованиям к подготовке такого вида работ, 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).

Я, Миляева Лариса Григорьевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук по специальности
08.00.05 – Экономика и управление народным
хозяйством, профессор, заведующая кафедрой
экономики предпринимательства
Бийского технологического института (филиала)
ФГБОУ ВО «Алтайский государственный
технический университет им. И.И. Ползунова»

 Л.Г. Миляева

Подпись Миляевой Л.Г. заверяю
Ведущий специалист по кадрам:

 Н.А. Воробьева

Контактные данные:

659305, Алтайский край, г. Бийск,

улица имени Героя Советского Союза Трофимова, 27, к. 337 «А»

тел.: 8(3854) 36-64-46

e-mail: lgm@bti.secna.ru

