



Образовательное учреждение высшего образования
«Южно-Уральский институт управления и экономики»

454052, г. Челябинск, ул. Комаровского, 9-а ИНН 7450012930 КПП 745001001 БИК 047501987
р/с 40703810226040000001 Уральский филиал ОАО «АК БАРС» Банк г. Челябинск, к/с 30101810700000000987
тел.: 8 (351) 726-22-05, 731-01-07, факс: 8 (351) 726-22-05, www.inueco.ru, e-mail: contact@inueco.ru

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)

Существующая необходимость формирования маркетинговой стратегии имиджа услуг дополнительного профессионального образования обозначена научной значимостью поставленных задач и потребностью в поиске направлений, способствующих популяризации получения знаний взрослыми людьми на протяжении жизни. В тоже время роль учреждений ДПО в перспективе будет неуклонно возрастать, что связано с появлением новых профессий, необходимостью совершенствования трудовых компетенций и их подтверждением и т.п. В этой связи все большую актуальность для учреждений ДПО в условиях борьбы за потребителя приобретает умение выстроить верные маркетинговые стратегии формирования их имиджа и управлять им. В процессе создания маркетинговой стратегии существует множество проблем, связанных с организацией ее разработки, оценкой спроса, проведением тестирования, для этого требуется детально исследовать вопросы, связанные с изучением теоретических аспектов формирования и развития маркетинговой стратегии имиджа ДПО, как способа повышения качества образовательных услуг. Изложенное выше подтверждает актуальность проведенного И.В. Чугункиной исследования.

Диссертация характеризуется четкостью постановки цели и задач исследования, продуманной методологией и широтой применимых методов

исследования, что позволило провести исследование и получить результаты, характеризующиеся научной новизной, комплекс задач, поставленных в исследовании, как следует из содержания автореферата – решен.

Следует отметить, что основные положения, рекомендации и выводы, содержащиеся в диссертационной работе, представляются научно обоснованными и достоверными, что подтверждается глубоким анализом представленного объема информации с использованием различных методов (стр. 5).

Основные положения диссертационной работы опубликованы в 21 научной работе (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; 6 статей – в специализированных научных изданиях, индексируемых РИНЦ; 1 статья – в других рецензируемых изданиях; 7 работ апробационного характера. География публикаций – ДНР, Россия, ЛНР, Германия (стр. 6-7).

Результаты диссертационной работы докладывались и получили одобрение на 2 республиканских научно-практических конференциях; 3 международных научно-практических; одной международной интернет-конференции и одной всероссийской научно-практической конференции (стр. 6).

Следует отметить, что 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, а также в учебный процесс ФГБОУ ВО «Филиал Ухтинского государственного технического университета г. Усинск», что подтверждено справками о внедрении (стр. 5).

Вместе с тем, на фоне существующих преимуществ к автореферату имеются некоторые замечания:

- 1) на с. 11 рис. 2 «Динамика количества жителей России, прошедших обучение по программе ДПО по годам», следовало было бы указать административно-территориальное районирование, по которым была подобрана предоставленная информация;
- 2) на стр. 14 из текста не совсем понятно каким образом выделены критерии оценки сайтов образовательных учреждений и их веса.

Тем не менее, выявленные замечания носят скорее дискуссионный характер и не снижают достоинства рецензируемой работы.

На основе ознакомления с авторефератом Чугункиной Ирины Владимировны, можно сделать вывод, что диссертационная работа на тему: «Маркетинговые стратегии формирования имиджа услуг дополнительного профессионального образования» является самостоятельно выполненным и завершенным научным исследованием, отвечающим требованиям «Положения о присуждении ученых степеней», 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).


Я, Сергеичева Ирина Анатольевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Кандидат экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством, заведующая кафедрой «Экономика и управление» ОУ ВО «Южно-Уральский институт управления и экономики»
e-mail: sergeichevaia@inuесо.ru



И.А. Сергеичева

Подпись Сергеичевой И.А. заверяю,
Помощник проректора по учебной работе

 Д.В. Чичиланова

Контактные данные:

ОУ ВО «Южно-Уральский институт управления и экономики» 454052, Челябинская область, г. Челябинск, ул. Комаровского, 9 «А», тел.: 8(351) 731-01-15
www.inuесо.ru