

ОТЗЫВ

**официального оппонента на диссертационную работу
Дорониной Ирины Емельяновны на тему «Маркетинговая деятельность в
учреждениях среднего 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)**

Актуальность темы.

На современном этапе развития общества учреждения среднего профессионального образования находятся в сложной ситуации, характеризующейся неблагоприятными демографическими тенденциями, слабым развитием инфраструктуры переподготовки взрослого населения; недостаточностью информационных взаимосвязей рынка труда и рынка образовательных услуг, ростом требований со стороны потребителей к качеству образовательных услуг.

Основой выживания образовательных учреждений становится умение оценить сложившуюся на рынке ситуацию по оказанию образовательных услуг, изучить и прогнозировать образовательные потребности и спрос на образовательные услуги, разработать эффективную коммуникационную политику, направленную формирование положительного имиджа организации и привлечение абитуриентов, что актуализирует проблему маркетинга в деятельности таких организаций.

Знание потребностей и ожиданий потребителей образовательных услуг позволяет образовательным учреждениям устанавливать и развивать с ними длительные взаимовыгодные отношения, что обеспечивает наличие устойчивых конкурентных преимуществ в сравнении с другими участниками рынка образовательных услуг.

Несмотря на существенное количество трудов отечественных и зарубежных ученых по проблематике диссертационной работы, до сих пор остаются не в полной мере проработанными как теоретические, так и практические аспекты осуществления маркетинговой деятельности учреждениями среднего профессионального образования, не достаточно разработаны подходы к

формированию стратегий маркетинговой деятельности в учреждении среднего профессионального образования, отсутствует методика определения оптимального предложения на рынке образовательных услуг среднего профессионального образования. Это требует решения задач по совершенствованию процесса осуществления маркетинговой деятельности учреждениями среднего профессионального образования. В связи с этим актуальность диссертационной работы Дорониной И.Е. не вызывает сомнения.

Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций.

Диссертация Дорониной И.Е. на тему «Маркетинговая деятельность в учреждениях среднего профессионального образования» отличается системностью, логичностью и последовательностью изложения. Поставленная цель и вытекающие из нее задачи исследования в работе решены на высоком научном уровне. Научные положения, вынесенные на защиту, аргументированы и являются закономерным результатом проведенного исследования.

Обоснованность положений, выводов и рекомендаций соискателя ученой степени обеспечивается глубокой научной проработкой трудов отечественных ученых и практиков по предметной области исследования. В представленной работе автором использован достаточно большой массив теоретического материала и эмпирических данных. Основные положения, рекомендации и выводы, содержащиеся в диссертации, представляются научно обоснованными и достоверными, что подтверждается глубоким анализом представительного объема информации при помощи различных методов: сравнительного, структурного и факторного анализа, построения классификаций и группировок, статистических методов, методов полевых и кабинетных маркетинговых исследований, а также экспертных оценок.

Терминология, стиль и язык изложения материала соответствуют принятым нормам научной литературы. Работа оформлена в соответствии с установленными Министерством образования и науки ДНР требованиями и

стандартами. Содержание автореферата отражает основные положения диссертации. Работа соответствует области исследования специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг) Паспорта научной специальности.

Предложения и рекомендации, разработанные в диссертации, одобрены и внедрены в практическую деятельность ряда образовательных учреждений среднего профессионального образования: ГПОУ «Донецкий транспортно-экономический колледж» (справка о внедрении от 19.11.2019 г. № 01-1104), ГПОУ «Донецкий техникум химических технологий и фармации» (справка о внедрении от 20.11.2019 г. № 643/4), ГПОУ «Донецкий техникум ресторанного сервиса и торговли» (справка о внедрении от 21.11.2019 г. № 1/438); ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» (справка о внедрении от 22.11.2019 № 02.01/1631).

По результатам исследования опубликовано 13 научных работ (общим объемом 4,8 печ.л., из которых лично автору принадлежит 1,3 печ.л.), среди которых: 4 статьи в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК. Основные научные положения и практические результаты диссертации были представлены автором и получили одобрение на 9 конференциях, при этом необходимо учесть широкую географию участия в таких городах, как: Донецк, Луганск, Севастополь, Брянск, Киров, Вашингтон. В опубликованных работах полно отражена сущность полученных результатов выполненного исследования и их научная новизна.

Достоверность и новизна научных положений, выводов и рекомендаций.

В диссертации представлены самостоятельно полученные научные результаты, которые обеспечиваются репрезентативностью теоретической и информационно-эмпирической базы исследования.

Выводы позволяют выделить элементы научной новизны и констатировать завершенность диссертационной работы, достижение цели исследования и выполнение всех поставленных задач, а также значительную теоретическую и практическую ценность работы.

Диссертация состоит из введения, трех разделов, заключения списка литературы и приложений. Во введении обоснована актуальность темы исследования, кратко охарактеризована степень научной разработанности проблемы, сформулированы цель задачи исследования, определены его объект предмет, приведены наиболее существенные результаты работы, выносимые на защиту, обладающие научной новизной.

В первом разделе работы исследованы и уточнены сущностные аспекты маркетинговой деятельности в учреждениях среднего профессионального образования; определены особенности маркетинговой информационной среды образовательных учреждений; сформирован концептуальный подход к реализации маркетинговой деятельности в учреждениях среднего профессионального образования.

Автором сделан вывод о том, что в рыночной деятельности среднее профессиональное образование является особым институтом, который рассматривается как система норм и правил, механизмов их реализации, гарантов и ответственности, возникающих в сфере среднего профессионального образования, являющихся частью системы образования. Положительно следует отметить представленное автором определение образовательной услуги и ее особенности (стр. 19-22), а также усовершенствованную классификацию образовательных услуг (стр. 22-26).

Отличается научной новизной предложенная в диссертационной работе модель двухсторонней фильтрации информационных потоков учреждений среднего профессионального образования на основе выделения четырех типов внешней информации и уточнения критериев, что позволит сократить время на полипараметрический анализ и отбор информации и улучшить принимаемые маркетинговые решения (стр. 38-41).

Заслуживает внимания сформированный в работе концептуальный подход к организации маркетинговой деятельности в учреждениях среднего профессионального образования, который включает механизм, позволяющий разработать патентную и информационную маркетинговые стратегии на основе анализа маркетинговой среды, потребителей и каналов продвижения (стр. 49-50).

Во втором разделе диссертационной работы изучен международный опыт и особенности системы среднего профессионального образования в Донецкой Народной Республике; проведен анализ маркетинговой среды учреждений среднего профессионального образования; раскрыта маркетинговая деятельность по продвижению образовательных услуг.

Вызывает интерес проведенный автором анализ систем среднего профессионального образования в США, странах ЕС и Российской Федерации, стран-участниц Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), что позволило выделить ряд ключевых проблем развития среднего профессионального образования, и изучить зарубежные практики активизации маркетинговой деятельности для усиления роли маркетинга в сфере образования (стр. 62-76).

В работе достаточно подробно рассмотрена специфика организации образовательной деятельности учреждениями среднего профессионального образования в Донецкой Народной Республике, определены проблемные аспекты его развития и сделан вывод о необходимости разработки собственной государственной системы профессионального образования (стр. 77-81). Положительно следует оценить проведенный анализ маркетинговой среды учреждений среднего профессионального образования, что позволило определить проблемные области функционирования учреждений среднего профессионального образования в Донецкой Народной Республике и определить основные направления реализации маркетинговых стратегий (стр. 81-98).

Значительное внимание в работе уделено изучению маркетинговой деятельности по продвижению образовательных услуг (стр. 98-114). С этой целью в работе проанализированы современные средства коммуникационного воздействия (ATL и BTL каналы), которые целесообразно использовать при продвижении образовательных услуг, а также составлена матрица распределения рекламных аргументов (стр. 108). Представленная матрица базируется на потребностях конечного потребителя образовательных услуг исследуемого квалификационного уровня, являющихся источником удовлетворения одной или

нескольких полезностей, что служит основой для выбора и последующего формирования эффективного коммуникационного послания.

В третьем разделе работы автором даны обоснованные рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности в учреждениях среднего профессионального образования.

Вызывает научный интерес предложенная организационная модель управления маркетинговой деятельностью (стр. 120), в рамках которой автором определены объект и субъекты деятельности учреждений среднего профессионального образования, уточнены функции Административного совета учреждения среднего профессионального образования в составе заместителей директора и руководителей структурных подразделений, обоснована целесообразность создания временных проектных команд из состава преподавателей экономических и общественных дисциплин, рассмотрено информационное обеспечение управления деятельностью учреждений среднего профессионального образования.

Достаточно интересной с научной точки зрения является предложенная в работе методика определения оптимального предложения на рынке образовательных услуг среднего профессионального образования, базирующаяся на модели «человек-природа» теории игр, конфликтный характер которой раскрывается во взаимодействии активного и пассивного игроков, с точки зрения активного игрока – учреждения СПО (стр. 135-150). Автор делает вывод о том, что сложность формирования маркетинговых решений учреждениями среднего профессионального образования в условиях неопределенности спроса обуславливает необходимость разработки полигона критериев оптимальности, следование которым позволит находить наилучшее решение (стр. 150-152).

Результаты проведенного исследования нашли отражение при разработке маркетинговой стратегии учреждений среднего профессионального образования. Автором выделены этапы ее разработки (сбор и анализ информации; определение проблем учреждения; формирование миссии; постановка общеорганизационных и специфических целей; анализ и формирование потенциала; определение функциональных стратегий; разработка стратегического плана; корректировка

стратегий и оценка их эффективности) и дана их характеристика (стр. 152-169). Это позволило предложить два вида стратегий: пациентную и информационную, направленную на усиление коммуникационного взаимодействия с потребителями средствами Интернет-инструментария (веб-страница, электронная почта, социальные сети и пр.).

Все перечисленные научные результаты являются достоверными, содержат научную новизну и отражают весомый вклад автора в решение актуальной задачи по совершенствованию маркетинговой деятельности в учреждениях среднего профессионального образования.

Дискуссионные положения и замечания относительно содержания диссертационной работы

Наряду с отмеченными положительными сторонами, диссертационная работа содержит ряд дискуссионных моментов:

1. В первом разделе диссертационной работы при рассмотрении образовательных услуг следовало показать, существует ли специфика маркетинговой деятельности учреждений среднего профессионального образования в отличие от учреждений высшего образования.
2. В работе следовало более подробно раскрыть внедрение принципов компетентностного подхода к обучению в учреждениях среднего профессионального образования, как одной из возможностей деятельности данных учреждений при реализации реформы среднего профессионального образования (таблица 2.3).
3. Проведенное в подразделе 2.2 исследование потребителей услуг учреждений высшего профессионального образования целесообразно было дополнить информацией о степени востребованности отдельных направлений подготовки специалистов.
4. Требуют дополнительного обоснования указанные в предложенной автором матрице распределения рекламных аргументов коэффициенты значимости факторов полезности для потребителя (таблица 2.12), так как в работе не нашло отражение по какому принципу присваивались числовые значения каждому из рекламных аргументов.

образования с указанием тактических мероприятий по их реализации (подраздел 3.3).

Отмеченные замечания, тем не менее, не являются принципиальными и не снижают общей положительной оценки диссертационной работы.

**Общий вывод по соответствию диссертационной работы
установленным требованиям**

Диссертация на тему «Маркетинговая деятельность в учреждениях среднего профессионального образования» является завершенной научно-квалификационной работой, выполненной на актуальную тему, отличается новизной полученных результатов, имеет как теоретическое, так и практическое значение и соответствует требованиям п. 2.2 Положения о присуждении ученых степеней, а ее автор – Доронина Ирина Емельяновна 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, Петенко Ирина Валентиновна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных

Официальный оппонент:
доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры маркетинга и логистики
ГОУ ВПО «Донецкий национальный
университет»



И.В. Петенко

283015, ДНР, г.Донецк
ул. Челюскинцев, 186,
тел. +380 62 302 09 71
e-mail: donnu.ecf@mail.ru

ПОДП
ЗАВ



УЧЕНЫЙ СЕКРЕТАРЬ

И.Н. Михальченко