

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации *Дорошиной Ирины Емельяновы* на тему: «Маркетинговая деятельность в учреждениях среднего 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)

Вхождение учреждений среднего профессионального образования (СПО) в систему рыночных отношений вынуждает их руководителей использовать маркетинг в своей деятельности. В современных условиях учреждения СПО самостоятельно должны решать проблемы увеличения объема предоставляемых услуг и расширения контингента, повышения конкурентоспособности образовательных услуг и концентрации усилий на наиболее перспективных и выгодных направлениях, выработки эффективной политики, в том числе маркетинговой. При этом недостаточная изученность проблем, связанных с реализацией маркетинговой деятельности в учреждениях среднего профессионального образования обусловила выбор темы диссертационной работы, ее цель и задачи.

Таким образом, можно констатировать, что диссертационная работа *Дорошиной Ирины Емельяновы*, в которой решается конкретная научная задача обоснования теоретико-методических положений и разработки научно-практических рекомендаций по формированию концептуального подхода к организации маркетинговой деятельности в учреждениях среднего профессионального образования, является своевременной и актуальной.

Анализ содержания автореферата свидетельствует, что соискатель, основываясь на существенной теоретической и практической базе, сформулировал цель, задачи исследования, которые были в полной мере решены в диссертации.

Среди наиболее существенных результатов диссертационной работы следует отметить как результат научного исследования то, что усовершенствована методика определения оптимального предложения на рынке образовательных услуг среднего профессионального образования, основывающаяся на модели «человек-природа» теории игр, конфликтный характер которых раскрывается во взаимодействии активного и пассивного игроков, что позволяет сформировать полигон возможных решений учреждений среднего профессионального образования по предложению услуг в условиях неопределенности спроса (с. 3).

Следует отметить, что научная новизна, теоретическое и практическое значение проведенного исследования имеют достаточную степень обоснованности и достоверности. Целостность методологической и методической основы обеспечена использованием общенаучных и специальных методов исследования: анализ и синтез, индукция и дедукция, системный подход и моделирование – для исследования теоретических вопросов сущности

среднего профессионального образования, понятийного аппарата, участников рынка образовательных услуг и их составляющих, обоснования концептуального подхода к маркетинговой стратегии учреждения среднего профессионального образования; сравнительный анализ, логический и интуитивный методы, контент-анализ – для исследования систем образования, тенденций развития, систематизации рекламных аргументов; экономико – статистические методы для анализа внешних факторов маркетинговой среды учреждений среднего профессионального образования; метод опроса, анкетирования и экспертных оценок – для исследования внутренних факторов маркетинговой среды учреждений среднего профессионального образования; теория игр и экономико-математическое моделирование – для разработки методики оптимального предложения и формирования внешних маркетинговых стратегий (с.4-5).

Научные положения, выводы и рекомендации, приведенные в диссертационной работе, получены соискателем самостоятельно на основе изучения научных работ отечественных и зарубежных ученых в области маркетинга. Практическая значимость результатов проведенного исследования состоит в расширении практик и реализации маркетинговой деятельности в учреждениях среднего профессионального образования. Теоретическое значение полученных результатов определяется актуальностью цели и задач исследования, достигнутым уровнем исследования проблемы, научной новизной, развитием методологических аспектов и расширением научных подходов к совершенствованию процесса планирования и реализации маркетинговой деятельности в учреждениях среднего профессионального образования (с. 3-4).

Основные научные положения диссертационной работы доведены до уровня практических рекомендаций и научно-методических подходов; главные выводы и предложения, полученные в результате исследования используются в практической деятельности 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), а также в учебном процессе ДонНУЭТ (справка о внедрении от 22.11.2019 № 02.01/1631) (с. 4).

Автором достаточно полно освещены основные положения диссертационной работы. Дорониной И.Е. 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; 9 работ апробационного характера. География публикаций – Донецк, Луганск, Севастополь, Брянск, Киров, Вашингтон (с. 5-6).

Стоит особо отметить, что наиболее важное значение имеет авторское предложение по использованию алгоритма определения оптимального предложения на рынке образовательных услуг при реализации патентной части стратегии маркетинговой деятельности учреждения СПО (рис. 7, с. 18), что позволит формировать руководителю учреждения полигон возможных

решений и, применяя методику определения оптимального предложения услуг СПО на рынке сформировать адекватную маркетинговую стратегию.

В целом положительно оценивая выполненное исследование, в качестве замечания следует отметить следующие:

– при формировании информационной стратегии целесообразно было бы сделать акцент на современных инструментах маркетинга, доступных учреждениям СПО.

Указанное замечание не уменьшает научно-практическое значение диссертационной работы, которая содержит актуальные, последовательные и логические теоретические исследования с практической направленностью.

В целом, диссертационная работа на тему: «Маркетинговая деятельность в учреждениях среднего профессионального образования», судя по представленному автореферату, имеет характер самостоятельного исследования и соответствует уровню требований к кандидатским диссертациям, 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, Барышникова Леля Петровна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук, доцент,
08.00.03 – Экономика и управление национальным хозяйством, ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики»,
проректор по учебной работе,
заведующий кафедрой маркетинга и логистики



Л.П. Барышникова

Начальник
отдела кадров

Контактные данные:

283015 ДНР, г. Донецк,
ул. Челюскинцев, 163А (учебный корпус № 1, к.102)
тел.: +38(062) 337-69-86
e-mail: prorektor_baryshnikova@donampa.ru