

В диссертационный совет Д 01.004.01
при ГО ВПО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского»

Отзыв

на автореферат диссертации

Дорониной Ирины Емельяновны 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)**

В условиях жесткой конкуренции современного рынка маркетинговая деятельность играет важную роль в деятельности любой организации, потому что она позволяет установить оптимальную взаимосвязь между организацией и средой, частью которой она является. Сегодня маркетинг понимается как выражение ориентированного на рынок управленческого стиля мышления, для которого характерны творческие, стабильные и гибкие подходы. Маркетинговая деятельность организации должна быть направлена на ее долговременное существование, на ее устойчивость, прочные и длительные связи с потребителями или другими участниками рынка, повышение конкурентоспособности предлагаемых товаров, услуг.

Учреждения среднего профессионального образования стали входить в рынок и вынуждены самостоятельно 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. Это подтверждает актуальность темы диссертационной работы.

Автор научного исследования ставит очень важные и сложные задачи (стр. 2), в состав которых входит исследование и уточнение сущностных ас-

пектов маркетинговой деятельности в учреждениях среднего профессионального образования; определение особенностей маркетинговой информационной среды образовательных учреждений; формирование концептуального подхода к реализации маркетинговой деятельности в учреждениях среднего профессионального образования; изучение международного опыта и особенностей системы среднего профессионального образования в Донецкой Народной Республике; анализ маркетинговой среды учреждений среднего профессионального образования; раскрытие маркетинговой деятельности по продвижению образовательных услуг; разработка организационной модели управления маркетинговой деятельностью; разработка методики оптимального предложения на рынке образовательных услуг; усовершенствование подходов к формированию стратегий маркетинговой деятельности в учреждениях среднего профессионального образования.

Информационной базой исследования стали законодательные и нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность субъектов хозяйствования; статистические материалы министерств и ведомств Донецкой Народной Республики, Российской Федерации; отчеты международных организаций; данные маркетинговых и социальных исследований, научные источники, информация периодических и справочных изданий.

Автором доказана необходимость формирования механизма выборочного восприятия и возврата информационных потоков участников взаимоотношений с целью сокращения времени на полипараметрический поиск и отбор информации, выработки режима защиты от влияния информационной среды и обеспечения информационно-психологической безопасности и сформирована модель двухсторонней фильтрации информационных потоков учреждения СПО, влияющей на принятие руководителем СПО маркетинговых решений и формирование маркетинговых стратегий (рис. 1, с. 7-8).

Заслуживает внимания предложенная автором матрица распределения рекламных аргументов, базирующаяся на иерархии потребностей потребителя услуг среднего профессионального образования, являющихся источником удовлетворения одной или нескольких полезностей, что служит основой для

выбора и последующего формирования эффективного коммуникационного послания (табл. 4, стр. 16).

Особый интерес вызывает авторская версия усовершенствованной методики определения оптимального предложения на рынке образовательных услуг среднего профессионального образования, основанная 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 (стр. 18-19).

Научные положения, рекомендации и выводы, полученные в диссертационной работе, обеспечили достижение цели и задач исследования. Автореферат и опубликованные автором работы отражают основные положения диссертации, что позволяет сделать вывод о законченном самостоятельном характере исследования, выполненном на высоком уровне.

Полученные в диссертационной работе результаты нашли практическое применение и создают почву для дальнейших прикладных исследований по разработке научно обоснованных подходов и научно-практических рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности в учреждениях среднего профессионального образования.

Предложенный инструментарий является адаптивным к условиям деятельности учреждений среднего профессионального образования и может быть рекомендован к широкому применению в сфере образовательных услуг.

В качестве недостатка работы можно выделить недостаточно обоснованные автором дискуссионные и требующие уточнения вопросы:

- 1) целесообразно уточнить, что именно включают современные средства коммуникационного воздействия (ATL и BTL каналы), которые целесообразно использовать при продвижении образовательных услуг (стр. 15);

- 2) требует более подробного описания и аргументации применения блока «Пациентная стратегия» на рисунке 8 «Стратегия маркетинговой деятельности в учреждениях СПО» (стр. 20).

Указанные замечания не снижают общей положительной оценки, не умаляют научную значимость проведенного Дорониной И.Е. исследования.

В целом содержание автореферата показывает, что диссертационная работа на тему «Маркетинговая деятельность в учреждениях среднего профессионального образования», отвечает требованиям ВАК, предъявляемым 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, Шевченко Мария Николаевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук
по специальности 08.00.05 – Экономика и управление
народным хозяйством (экономика, организация и управление
предприятиями отраслями, комплексами),
декан экономического факультета,
профессор кафедры экономической теории и маркетинга
Государственного образовательного учреждения
Луганской Народной Республики
«Луганский национальный аграрный университет»

Контактные данные:
91008, Луганская Народная Республика,
г. Луганск, Артемовский район, городок ЛНАУ, 1
Тел. +38(0642) 96-60-40
e-mail: rector@lnau.su
сайт: <http://46.151.40.210/>



М.Н. Шевченко

| | |
|--------------------|----------------------|
| Подпись | <i>М.Н. Шевченко</i> |
| Подтверждаю: | <i>Александр</i> |
| нач. отдела кадров | |
| « _____ » | 20__ г |