

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Филипповой Оксаны Викторовны на тему: «Маркетинг взаимоотношений в деятельности Центра дополнительного профессионального образования» 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)

Образование – это одна из важнейших систем сферы государства, направленное на получение, систематизацию знаний, умений и навыков для эффективной реализации их в профессиональной деятельности. В настоящее время рынок образования активно развивается, приобретает новые формы, использует новые принципы и технологии реализации. Важную роль в становлении рынка образовательных услуг играет маркетинг взаимоотношений, направленный на установление долгосрочных партнерских отношений образовательной организации с внешними и внутренними стейкхолдерами. Поэтому актуальность темы диссертационной работы не вызывает сомнений. Автор понимает это и формулирует соответствующие цели и задачи исследования, связанные с разработкой научно обоснованных прикладных рекомендаций по совершенствованию реализации маркетинга взаимоотношений в деятельности Центра дополнительного профессионального образования.

В теоретическом отношении, судя по тексту автореферата, диссертационное исследование проработано весьма глубоко. Автор вполне логично начинает исследование с определения теоретического базиса становления и развития маркетинга взаимоотношений в деятельности Центра дополнительного профессионального образования; исследует институционально-маркетинговую среду деятельности и формирует концептуальный подход маркетинга взаимоотношений в деятельности Центра дополнительного профессионального образования.

В практической части работы проведен анализ международной практики формирования институционально-маркетинговой среды непрерывного профессионального образования; осуществлен мониторинг отечественной институционально-маркетинговой среды деятельности Центра дополнительного профессионального образования и проведена диагностика практики внешнего и внутреннего маркетинга взаимоотношений в деятельности Центра дополнительного профессионального образования. Автор справедливо указывает на необходимость выведения коммуникации между работодателями, сотрудниками и другими стейкхолдерами на качественно иной, эффективный уровень взаимодействия, что обуславливает использование сбалансированного стейкхолдерского маркетинга взаимоотношений в деятельности ЦДПО.



На основании проведенного анализа автором разработана организационная модель функционирования маркетинга взаимоотношений в деятельности Центра дополнительного профессионального образования и даны рекомендации по усовершенствованию стратегии маркетинга взаимоотношений в его деятельности.

К наиболее существенным научным результатам, полученным лично соискателем, относятся:

- концептуальный подход к сбалансированному стейкхолдерскому маркетингу взаимоотношений в деятельности ЦДПО, отличающийся системным представлением теоретико-организационных и методических вопросов его реализации;

- алгоритм диагностики институционально-маркетинговой среды деятельности Центра дополнительного профессионального образования;

- схема модели организации маркетинга взаимоотношений в деятельности Центра дополнительного профессионального образования, которая упорядочивает структуру управления и реализуемые стратегии в отношении стейкхолдеров и клиентов;

- механизм и этапы формирования стратегии маркетинга взаимоотношений в деятельности ЦДПО, направленные на эффективную реализацию организационно-контрольно-регулирующие воздействия в системе маркетингового управления.

Основные результаты диссертации опубликованы в 11 печатных работах, они неоднократно обсуждались на различных конференциях и получили одобрение ведущих специалистов.

Научные разработки автора внедрены в практику деятельности таких предприятий: ГУ Республики Коми «Центр занятости населения города Усинска», ООО «ЭКОСФЕРА», ООО «ЖИЛТЕХСЕРВИС».

Теоретические положения и практические рекомендации, изложенные в диссертации по вопросам маркетинга взаимоотношений в деятельности Центра дополнительного профессионального образования применяются в учебном процессе ФГБОУ ВО «Филиал Ухтинского государственного технического университета г. Усинск».

Судя по автореферату, построение работы логично. Вместе с тем, она не лишена некоторых замечаний. Представляется, что работа значительно выиграла бы, если бы автор уделил большее внимание использованию положительного опыта из международной практики формирования институционально-маркетинговой среды непрерывного профессионального образования для отечественных образовательных организаций. Целесообразно было также представить матрицу оценки результативности внешнего маркетинга

взаимоотношений в деятельности ЦДПО, о которой идет речь на стр. 18 автореферата.

Замечания носят рекомендательный характер и не влияют на положительное впечатление о данной работе.

Автореферат и научные публикации автора позволяют сделать вывод, что диссертация является завершенным научно-исследовательским трудом, выполненным самостоятельно на высоком уровне, в которой приведены результаты, позволяющие их квалифицировать как решение новой задачи, имеющей существенное значение для экономической науки. Работа соответствует классификационным признакам диссертации, определяющим характер результатов кандидатской диссертационной работы. Полученные автором результаты достоверны, выводы и заключения обоснованы. Диссертационная работа отвечает требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор Филиппова О.В., 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 по специальности 08.00.03 – Экономика и управление национальным хозяйством, доцент, проректор по учебной работе, заведующая кафедрой маркетинга и логистики ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и Государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики»



Л.П. Барышникова

Подпись Барышниковой Л.П. заверяю
Начальник отдела кадров: Т.А. Богачева

Контактные данные:

283015, ДНР, г. Донецк

Ул. Челюскинцев, 163А (учебный корпус № 1, к. 103)

тел.: +38(062) 337-69-86

e-mail: prorector_baryshnikova@donampa.ru

сайт организации: <https://donampa.ru/>