

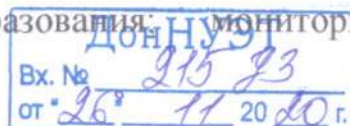
В диссертационный совет Д 01.004.01
при ГО ВПО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского»

Отзыв

на автореферат диссертации Филипповой Оксаны Викторовны на тему:
«Маркетинг взаимоотношений в деятельности центра 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)

Современные реалии рыночных отношений требуют внедрения и активной реализации принципов и механизмов маркетинга. Сфера образовательных услуг в области дополнительного профессионального образования на современном этапе не является исключением. В рамках проводимых образовательных реформ предложение образовательными организациями своих услуг должно базироваться на маркетинговых принципах, основанных на совершенствовании маркетинга взаимоотношений в деятельности центра дополнительного профессионального образования. Это подтверждает актуальность темы диссертационной работы.

Автор научного исследования ставит очень важные и сложные задачи (с. 2), в состав которых входит исследование теоретического базиса становления и развития маркетинга взаимоотношений в деятельности Центра дополнительного профессионального образования; исследование институционально-маркетинговой среды деятельности Центра дополнительного профессионального образования; формирование концептуального подхода маркетинга взаимоотношений в деятельности Центра дополнительного профессионального образования; анализ международной практики формирования институционально-маркетинговой среды непрерывного профессионального образования; мониторинг



отечественной институционально-маркетинговой среды деятельности Центра дополнительного профессионального образования; диагностика практики внешнего и внутреннего маркетинга взаимоотношений в деятельности Центра дополнительного профессионального образования; разработка организационной модели функционирования маркетинга взаимоотношений в деятельности Центра дополнительного профессионального образования; совершенствование стратегии маркетинга взаимоотношений в деятельности Центра дополнительного профессионального образования.

Информационную базу исследования составляют законодательные и нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность субъектов хозяйствования; материалы Министерств и ведомств Российской Федерации, ДНР; статистические материалы; отчеты международных организаций; научные работы ведущих отечественных и зарубежных ученых; Интернет-ресурсы.

Заслуживает внимания предложенная автором классификация маркетинга взаимоотношений, сформированная по семи классификационным признакам путем синтеза и группировки существующих критериев и их дополнения следующими: по подходу к выстраиваемым отношениям (транзакционный и отношенческий); по степени институционализации взаимоотношений (институционализированный, слабо/не институционализированный); по степени фреймированности взаимоотношений (фреймированный, слабо либо не фреймированный), имеющим значение для выстраивания стратегий (рис. 1, стр. 9).

Особый интерес вызывает авторская версия усовершенствованного алгоритма диагностики институционально-маркетинговой среды деятельности ЦДПО, который в отличие от известных, включает элементы институционально-маркетинговой среды и механизм исследований, позволяющий оказывать регулирующие воздействия на стратегию ЦДПО на основе доли рынка и ниш, лояльности и приверженности стейкхолдеров (рис. 3, стр. 12).

Заслуживает внимания разработанная автором организационная модель функционирования маркетинга взаимоотношений в деятельности ЦДПО, которая отличается тем, что включает объекты и подобъекты внутреннего и внешнего маркетинга взаимоотношений, внедрение службы маркетинга ЦДПО, реализующие функции в рамках общей и частной стратегии его функционирования, информационное обеспечение, приемы и способы обработки информации с применением экономико-маркетингового и институционального анализа, а также способы обобщения и реализации информации, что позволит обеспечить системность в управлении маркетингом взаимоотношений ЦДПО (рис. 4, стр. 17).

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 стратегии маркетинга взаимоотношений в деятельности Центра дополнительного профессионального образования.

Однако в работе имеются дискуссионные и недостаточно проработанные вопросы:

– в автореферате на рис. 3 «Алгоритм диагностики институционально-маркетинговой среды деятельности ЦДПО» (стр. 12) целесообразно было бы указать схематично взаимосвязь блоков «Институционально-маркетинговая среда» и «Взаимоотношения»;

– требует более подробного уточнения и описания балльная шкала оценивания, по которой был проведен опрос потребителей образовательных услуг ЦДПО (стр. 13-14).

Указанные замечания не снижают общей положительной оценки и научной значимости проведенного Филипповой Оксаной Викторовной исследования.

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.

В целом содержание автореферата показывает, что диссертационная работа на тему «Маркетинг взаимоотношений в деятельности центра дополнительного профессионального образования», отвечает требованиям ВАК, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор Филиппова Оксана Викторовна 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, Сизоненко Олеся Анатольевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Кандидат экономических наук,
08.00.04 – Экономика и управление
предприятиями (по видам экономической деятельности),
доцент, заведующая кафедрой
финансов и бухгалтерского учета
ГООУ ВПО «Донбасская аграрная академия»



О.А. Сизоненко

Подпись к.э.н., доц. О.А. Сизоненко удостоверяю:



Контактные данные:

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донбасская аграрная академия»
286157, ДНР, г. Макеевка, ул. Островского, 87
Тел.: +380 62 22-22-27
e-mail: kaffin_bukh_uch@mail.ru
сайт организации: <https://donagra.ru>