

ОТЗЫВ

на автореферат диссертационной работы Корчиги Любови Ивановны на тему «Маркетинг отношений с ключевыми партнёрами в сфере 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)

На пути становления и развития экономики Донецкой Народной Республики вопросы эффективного взаимодействия ключевых партнеров, являющихся субъектами, участвующими в обеспечении выпускников высшего и среднего профессионального образования первым местом работы, приобретают особую значимость. Существующие вызовы современного этапа маркетинга отношений с ключевыми партнерами в сфере образования, связаны с проблемами обусловленными неустойчивостью политической и экономической составляющей социума, особенно в молодежном сегменте рынка труда. Поэтому вопросы маркетинга отношений с ключевыми партнерами в сфере образования приобретают определенную остроту и актуальность в общем контексте исследования обозначенной проблемы.

В результате всестороннего анализа концепций различных теоретических школ и направлений предложен авторский подход к определению дефиниций «маркетинг отношений» и «трудоустройство выпускников».

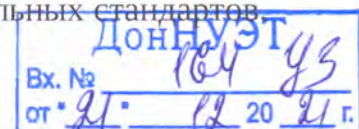
Следует отметить комплексный характер представленной автором экономической диагностики состояния рынка труда Донецкой Народной Республики. В результате маркетингового анализа отношений с ключевыми партнерами в сфере образования проведена оценка и анализ отношений с ключевыми партнерами.

Формирование стратегических векторов развития отношений с ключевыми партнерами в сфере образования и реализация модели оптимизации этих отношений позволяет выйти на новый уровень решения проблемы обеспечения выпускников первым местом работы.

Научная новизна содержится в разработке автором концептуального маркетингового подхода к формированию маркетинга отношений с ключевыми партнерами в сфере образования, который, в отличие от существующих, представлен комплексными коммуникативными отношениями между триадой партнеров – государством, работодателями и образовательными организациями.

Существенным вкладом автора является предложенный маркетинговый инструментарий повышения эффективности мониторинга трудоустройства выпускников образовательных организаций высшего профессионального образования, заключающийся в использовании возможностей цифровой экономики.

К преимуществам проведенного исследования следует также отнести разработанный автором научно-методический подход к двухкомпонентной структуре маркетинговой системы содействия выпускникам в получении первого места работы, позволяющий обеспечить формирование профессиональных компетенций обучающихся путем их синхронизации с требованиями профессиональных стандартов.



Следует отметить практическое значение предложенной автором структурно-функциональной модели маркетинга отношений с ключевыми партнерами в сфере образования, которая наряду с традиционными средствами коммуникации для комплексного углубления постоянных функциональных взаимосвязей базируется на широком использовании информационных технологий, не ограниченных временем и пространством.

Относительно дискуссионных положений и замечаний можно отметить, что в тексте автореферата недостаточно обосновано, почему именно трудоустройство выступает важнейшим индикатором развития отношений с ключевыми партнерами.

Также, в процессе исследования необходимо было использовать возможности сбалансированной системы показателей с целью интегральной оценки качества маркетинга отношений с ключевыми партнерами в сфере образования.

Вместе с тем, указанные замечания не являются принципиальными и не уменьшают научного, теоретического и практического значения выполненной диссертационной работы. Научный уровень проведенного исследования свидетельствуют о глубоком познании автором предмета исследования, владении методическим аппаратом, умении дать критическую оценку определенному массиву научной информации.

Диссертационная работа характеризуется научной новизной полученных результатов и выводов, имеет теоретическое и практическое значение, соответствует критериям, которым должны отвечать диссертации на соискание ученых степеней, изложенным в «Положении о присуждении ученых степеней», а ее автор, Корчига Любовь Ивановна, 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, Лепа Роман Николаевич, согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Заведующий отделом моделирования
экономических систем
ГБУ «Институт экономических исследований»,
доктор экономических наук
по специальности 08.00.11 – Математические
методы, модели и информационные
технологии в экономике, профессор

Р.Н. Лепа

Контактные данные:

Государственное бюджетное учреждение «Институт экономических исследований»,
283048, г. Донецк, улица Университетская,
Тел. +38(062) 311-57-90
e-mail: offie@econri.org
сайт: <http://www.econri.org>



Учёный секретарь	завещаю
С.В. Зеркасская	20 21 г.