

ОТЗЫВ

на автореферат диссертационной работы

Корчиги Любови Ивановны на тему:

«Маркетинг отношений с ключевыми партнерами 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)

В настоящее время в Донецкой Народной Республике маркетинг отношений с ключевыми партнерами в сфере образования имеет специфические особенности в силу сложившихся политических и экономических обстоятельств, что требует внесения определенных корректив в организацию маркетинговых исследований, направленных на изучение маркетингового концептуального подхода и инструментария исследуемых объектов и их взаимоотношений.

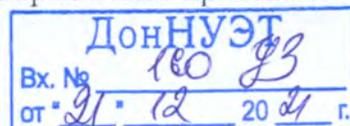
Важным при этом становится разработка теоретико-методологических основ маркетинга отношений с ключевыми партнерами в сфере образования, касающихся формирования и развития маркетинговых технологий взаимодействия рынка труда и сферы образования, как способа повышения качества подготовки молодых кадров и повышения эффективности их трудоустройства. Не вызывает сомнения, что трудоустройство как важнейший показатель результативности взаимодействия ключевых партнеров в решении вопроса обеспечения выпускников первым местом работы будет способствовать достижению динамичных темпов роста экономики Донецкой Народной Республики.

В связи с этим, проведенные диссертантом исследования направленные на комплексное решение проблем формирования теоретических, методологических и практических основ развития маркетинга отношений с ключевыми партнерами в сфере образования являются весьма актуальными и содержат признаки научной новизны.

Ознакомление с авторефератом диссертации и публикациями Корчиги Л.И. позволило сделать ряд выводов и сформулировать конечное заключение.

Научные положения имеют необходимое обоснование. Предложения основываются на результатах анализа теоретических положений относительно объекта исследования - процесса формирования и развития маркетинга отношений с ключевыми партнерами в сфере образования для содействия выпускникам в получении первого места работы.

При проведении исследования использована достоверная информационная база: законодательные и нормативно-правовые акты,



фундаментальные положения теории маркетинга, маркетинговых исследований, научные разработки отечественных и зарубежных ученых; статистические и аналитические материалы; периодические издания; ресурсы Internet; статистическая отчетность образовательных организаций Донецкой Народной Республики.

Научные положения, выводы и рекомендации, сформулированные в диссертации, являются достаточно освещенными в открытой печати в 11 научных трудах, из них научных статей – 6 в специализированных научных изданиях, 5 тезисов докладов на научно-практических конференциях различного уровня.

Практическое значение полученных результатов заключается в том, что разработанные и предложенные в диссертации научные идеи, научно-методические подходы и выводы доведены до уровня практических рекомендаций. Основные предложения автора внедрены в практическую деятельность государственных и предпринимательских структур: Республиканского центра занятости Донецкой Народной Республики, Министерства агропромышленной политики и продовольствия Донецкой Народной Республики, ООО «ДОНБАССТРОЙБАТ», Торгово-промышленной палаты Донецкой Народной Республики.

Согласно автореферату, поставленная в работе цель, объект и предмет исследования соответствуют теме диссертации; диссертационная работа характеризуется достаточной глубиной изучения проблематики, логикой изложения и научным уровнем теоретических и практических разработок, доказательная база подтверждена математическими расчетами.

Среди дискуссионных моментов данной научной работы считаем уместным отметить следующие:

1) Автор рассматривает в диссертационной работе только выпускников – магистров, однако образовательный уровень «бакалавриат» также является выпускниками. Целесообразно проанализировать информацию о выпускниках, обучавшихся по программе «бакалавриат», и их трудоустройстве.

Указанное замечание не влияет на значимость проведенного диссертационного исследования и полученных автором практических результатов.

Актуальность, научная новизна, теоретическая и практическая значимость проведенного исследования дают основания сделать вывод о том, что диссертационная работа Корчиги Любови Ивановны на тему «Маркетинг отношений с ключевыми партнерами в сфере образования» выполнена на высоком теоретическом уровне, полученные результаты характеризуются четкой научной новизной и имеют социально-экономическое значение для

развития Донецкой Народной Республики, отвечает требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор 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, Попов Владимир Григорьевич, согласен на автоматизированную обработку персональных данных.

Заведующий кафедрой товароведения и технологии продуктов питания
ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет», доктор технических наук,
профессор

 В.Г. Попов

Дата 20.12.2021 г

Контактные данные:

Российская Федерация, Уральский федеральный округ,
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего
образования «Тюменский индустриальный
университет»,
625000, г. Тюмень, улица Володарского, д. 38
Тел. +7(3452) 28-36-05
e-mail: popovvg@tyuiu.ru
сайт: <https://www.tyuiu.ru>

