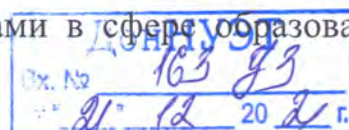


ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Корчиги Любови Ивановны
на тему «Маркетинг отношений с ключевыми партнерами в сфере
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)

Управление процессами взаимодействия с ключевыми партнерами в сфере образования имеет особое значение для государств, находящихся в процессе становления, таких как Донецкая Народная Республика. Социально-экономическая система ДНР имеет четко выраженную направленность не только на самосохранение определенной стабильности, но и на развитие. Это обуславливает для нее исключительную актуальность парадигмы «сохранение через развитие», а также существенно увеличивает роль инвестиций в человеческий капитал, в развитие сферы образования. Современные научные подходы рассматривают человеческий капитал как систему рентообразующих активов, связанных с различными гранями личности, формирование которых осуществляется на разных этапах ее развития. Поскольку в структуре социальных отношений основным носителем интеллектуального и трудового потенциала государства, фундаментом воспроизводства его трудовых ресурсов является молодежь, то наиболее важной в таком контексте выступает обеспечение ее эффективной занятости на основе качественной подготовки в системе профессионального образования, формирования маркетинга отношений с ключевыми партнерами в сфере образования.

Научная значимость названных задач и необходимость проведения дополнительных научных исследований по обоснованию стратегических ориентиров развития отношений с ключевыми партнерами в сфере образования; совершенствованию коммуникаций маркетинга отношений между ключевыми партнерами сферы образования; разработке модели оптимизации отношений с ключевыми партнерами в сфере образования в



целом актуализировали тему исследования, определили его цель и логическое построение.

Цель и задачи, сформулированные в автореферате, соответствуют теме исследования, а именно: провести контент-анализ развития концепции маркетинга отношений с ключевыми партнерами в сфере образования и уточнить дефиниции «маркетинг отношений» и «трудоустройство выпускников»; выявить основные индикаторы развития маркетинга отношений с ключевыми партнерами в сфере образования; разработать концептуальный подход к формированию маркетинга отношений с ключевыми партнерами в сфере образования; выявить проблемы отношений с ключевыми партнерами на рынке труда Донецкой Народной Республики; провести маркетинговый анализ отношений с ключевыми партнерами в сфере образования; оценить отношения с ключевыми партнерами в сфере образования Донецкой Народной Республики; обосновать стратегические ориентиры развития отношений с ключевыми партнерами в сфере образования; предложить способы совершенствования коммуникаций маркетинга отношений между ключевыми партнерами сферы образования; разработать модель оптимизации отношений с ключевыми партнерами в сфере образования.

Работа прошла апробацию, что подтверждается достаточным числом конференций и большим числом публикаций.

Практическая значимость полученных результатов работы заключается в реализации комплексного подхода к решению проблемы эффективности маркетинга отношений с ключевыми партнерами в сфере образования, рекомендаций по применению возможностей цифровой экономики для повышения эффективности мониторинга трудоустройства выпускников, а также использовании двух уровней взаимодействия ключевых партнеров в сфере профессионального образования, основанном на формировании профессиональных компетенций обучающихся в рамках требований профессиональных стандартов.

Особую ценность имеет достаточно широкое внедрение результатов работы в деятельность министерств и ведомств, регламентирующих сферу образования.

Ценным научным результатом исследования стал усовершенствованный концептуальный маркетинговый подход 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, является выражением научно обоснованной парадигмы взаимосвязи теоретического, информационно-аналитического и практического компонентов с учетом особенностей партнерских отношений в сфере образования и способствует обеспечению содействия выпускникам в получении первого места работы.

Важным результатом исследования является предложенный научно-методический подход к определению вектора развития структурно-функциональная модель 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, в частности профессиональной сети «Ключевые партнеры сферы образования», что способствует созданию устойчивых связей между ключевыми партнерами в сфере образования, не ограниченных временем и пространством.

Таким образом, следует отметить, что информационно-аналитическая составляющую исследования обеспечена на достаточном уровне. Следует отметить широкий круг отечественных и зарубежных ученых, научные исследования которых в сфере образования и стали основой научного исследования автора.

Широкая база применения научных методов исследований, существенный перечень результатов внедрения научной работы, а также степень раскрытия сформулированных положений исследования в публикациях свидетельствуют о достоверности и значимости диссертационного исследования.

В целом представленные в автореферате результаты проведенных исследований можно оценить позитивно. Вместе с тем отдельные положения автореферата представляются дискуссионными:

1. Рисунок 3 автореферата «Концептуальный маркетинговый подход к формированию маркетинга отношений с ключевыми партнерами в сфере образования» (стр. 10) - было бы целесообразно блок «Информационно-аналитический компонент» дополнить анализом и оценкой эффективности международного сотрудничества с ключевыми партнерами в сфере образования.

2. Рисунок 4 автореферата «Направления маркетинга взаимодействия Республиканского центра занятости Донецкой Народной Республики с образовательными организациями» (стр. 12) - считаем необходимым дополнить направления взаимодействием с Республиканской службой по контролю и надзору в сфере образования и науки Донецкой Народной Республики относительно координации деятельности специалистов, задействованных в процедурах мониторинга качества образования.

Представленные замечания не снижают общей позитивной оценки представленных в автореферате результатов исследования, но требуют ответов и комментариев соискателя во время защиты диссертации.

В целом диссертация имеет логическое построение и инновационные предложения. Научные положения, разработанные в диссертационной работе, базируются на передовых достижениях мировой научной мысли, а также учитывают особенности развития сферы образования Донецкой Народной Республики.

Диссертационная работа характеризуется новизной полученных результатов и выводов, имеет теоретическое и практическое значение, соответствует критериям, которые 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, Шевченко Мария Николаевна, согласна на автоматизированную обработку персональных данных.



Доктор экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством профессор, декан факультета экономики и управления АПК, заведующая кафедрой аграрной экономики, управления и права ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный аграрный университет», член-корреспондент Международной Академии науки и практики организации производства

М.Н. Шевченко

Дата

Контактные данные:

Государственное образовательное учреждение высшего образования Луганской Народной Республики «Луганский государственный аграрный университет», 91008, г. Луганск, Артемовский район, городок ЛНАУ, 1, главный корпус Г-429
Тел. +38(072) 102-90-06
e-mail: agroekonom_lgau@mail.ru
сайт: http://lnau.su

Подпись	
Подтверждаю:	
Нач. отдела кадров	
« 14 »	12 2011 г