

В объединенный диссертационный совет
Д 999.118.02 при ФГБОУ ВО
«Уральский государственный
экономический университет», ФГАОУ
ВО «Южно-Уральский государственный
университет (национальный
исследовательский университет)»

ОТЗЫВ

На автореферат диссертации **Жадько Евгении Александровны** на тему **«Совершенствование стратегии позиционирования и управления брендом в маркетинговой деятельности образовательной организации на рынке профессионального образования»**, представленный на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)

Современные социально-экономические условия функционирования образовательных организаций на рынке профессионального образования обуславливают необходимость осуществления четкой и планомерной политики в области позиционирования и управления брендом. Значимость вопросов формирования и оценка позиции вуза, разработки идентичности и построения коммуникаций бренда определили актуальность представленной диссертационной работы.

Содержание автореферата убедительно раскрывает алгоритм исследования, заявленный в работе: уточнить содержание понятия «позиция образовательной организации» применительно к рынку профессионального образования, разработать авторскую типологию стратегий позиционирования, предложить и обосновать алгоритм динамического управления брендом образовательной организации, разработать и апробировать методику поэтапного мониторинга позиции образовательной организации на рынке профессионального образования.

Положительным является тот факт, что соискателем обобщен понятийный аппарат проблем позиционирования и управления брендом на рынке профессионального образования. Значительный интерес, на наш взгляд, представляет предложенный алгоритм динамического управления брендом, который на основе принципа итеративности раскрывает взаимосвязь позиции и бренда образовательной организации.

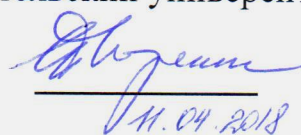
Вместе с тем, в качестве замечания хотелось бы отметить, что не вполне понятно, как раскрывается динамичность позиции образовательной организации в уточненном соискателем понятии. Указанное замечание не снижает общей ценности диссертационной работы и не влияет на главные теоретические и практические результаты, выносимые на защиту.

В целом автореферат диссертации имеет внутреннее единство и отражает личный вклад автора в науку. Выводы диссертационного исследования позволяют обновить и расширить имеющиеся теоретические и научно-методические представления о позиционировании и управлении брендом образовательной организации на рынке профессионального образования.

Вышеуказанное свидетельствует, что диссертация Жадько Евгении Александровны на тему: «Совершенствование стратегии позиционирования и управления брендом в маркетинговой деятельности образовательной организации на рынке профессионального образования» полностью соответствует требованиям п. 9 «Положения и присуждении ученых степеней», утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 г. № 842, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством: маркетинг, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук.

Дворяшина Марина Михайловна
доцент кафедры стратегического маркетинга
ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»,
к.э.н, доцент

105187, г. Москва
ул. Кирпичная, 33, каб. 607
+ 7(495) 772-9590
www.hse.ru
mdvoryashina@hse.ru



М.М. Дворяшина

Подпись заверяю

СПЕЦИАЛИСТ
ПО КАДРОВОМУ ДЕЛОУ
ОТДЕЛА КАДРОВОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ
МЯСОЕДОВА Е.В.

