

ОТЗЫВ

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

Актуальность темы исследования обусловлена ростом уровня конкуренции на рынке образовательных услуг. Важно отметить, что в современных условиях образовательные организации РФ сталкиваются с двумя важнейшими факторами, которые, фактически, и определяют их стратегию развития: глобализация мирового сообщества, в том числе на рынке образовательных услуг; усиление контроля сферы образования со стороны государства.

В связи с этим, диссертационное исследование Жадько Е.А., направленное на совершенствование стратегии позиционирования и управления брендом в маркетинговой деятельности образовательной организации на рынке профессионального образования, является значимым и полезным. Объективно в диссертационном исследовании достигнута цель развития теоретических положений в сфере позиционирования и управления брендом образовательной организации и разработан комплекс маркетинговых коммуникаций в соответствие с позицией, транслируемой организацией и ее восприятия потребителями.

Научная новизна полученных результатов заключается в следующем:

1. Уточнено содержание понятия «позиция образовательной организации» применительно к рынку профессионального образования.
2. Разработана типология стратегий позиционирования образовательной организации на рынке профессионального образования.
3. Предложен и обоснован алгоритм динамического управления брендом образовательной организации на рынке профессионального образования.
4. Разработана и апробирована методика поэтапного мониторинга позиции образовательной организации на рынке профессионального образования.

Вместе с тем, в процессе ознакомления с авторефератом, возникло замечание и несколько вопросов:

1. В автореферате не отражена специфика рынка профессионального образования и, как следствие, научные результаты, полученные автором, не содержат информации, разграничивающей категории «рынок образования», «рынок профессионального образования», «рынок высшего образования». Это особо важно в связи с тем, что апробация результатов исследования

проходила в совершенно разных образовательных учреждениях: ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет» и ГБПОУ СО «УГК им. И.И. Ползунова».

2. Какие группы потребителей на рынке профессионального образования принимали участие в исследовании? С какими группами потребителей была апробирована авторская методика? Есть ли отличия во мнениях разных групп потребителей? И в чем эти отличия заключаются?

3. Какие факторы потребительского выбора относятся к эмоциональным, а какие к рациональным (с. 18 автореф.)?

Несмотря на указанные выше замечание и вопросы, диссертационное исследование Е.А. Жадько на тему «Совершенствование стратегии позиционирования и управления брендом в маркетинговой деятельности образовательной организации на рынке профессионального образования» соответствует требованиям п. 9 Положения о присуждении ученых степеней.

Е.А. Жадько заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Заведующий кафедрой менеджмента
ФГАОУ ВО «Российский государственный
профессионально-педагогический университет»,
д-р. экон. наук, доцент

Адрес:

Почтовый индекс: 620012,

г. Екатеринбург, ул. Машиностроителей, 11.

Тел. +7 (343) 221-19-06.

E-mail: vladislav.shaposhnikov@rsvpu.ru



В.А. Шапошников

