

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»**, представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Актуальность темы диссертации не вызывает сомнений. В современных условиях происходят радикальные трансформации в сфере образования, в том числе связанные с развитием рыночных отношений, ростом конкуренции. Ужесточению конкуренции способствуют многие факторы, такие как, снижение рождаемости, увеличение количества образовательных учреждений, информатизация и глобализация современного образования. В современном мире деятельность университетов разных стран не ограничивается национальными границами. В то же время легко распознаваемые преимущества образовательных учреждений быстро и достаточно легко копируются, что создает трудности с дифференциацией и созданием отличительных преимуществ образовательных учреждений. Автор справедливо отмечает, что в таких условиях для российских образовательных организаций становится актуальным не только повышение качества образования и научных исследований, но и формирование привлекательного бренда, разработка стратегии позиционирования с учетом ожиданий потребителей образовательных услуг. В тоже время в научной литературе до

сих пор не сложился единый подход к пониманию позиции образовательной организации, недостаточно разработаны теоретические основы управления брендом учебного заведения.

Объект и предмет исследования, источники, а также используемые в процессе анализа материалов методы соответствуют указанной специальности. В работе автор опирается не только на опубликованные источники и официальные статистические данные, но и на собственные полевые материалы. Диссертационное исследование имеет практическую значимость, основные выводы и результаты могут быть использованы в деятельности образовательных организаций на рынке профессионального образования.

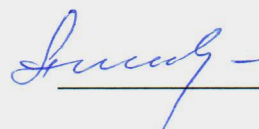
Диссертация Е.А. Жадько имеет четкую и логичную структуру. Автореферат отражает содержание диссертационного исследования. Результаты исследования опубликованы в научных журналах, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ (7 статей). Всего по теме диссертационного исследования автором опубликованы 23 работы общим объемом 20,15 п.л. (из них 10,4 п.л. авторских), в том числе 1 монография. Основные выводы и результаты исследования неоднократно представлялись на международных и всероссийских конференциях.

Вместе с тем работа не лишена отдельных недостатков. В качестве замечания отметим, что из автореферата не ясно, необходимо ли вузам создавать отделы маркетинга для проведения постоянного мониторинга позиции образовательной организации на рынке профессионального образования. Также не отражены вопросы оценки эффективности управления брендом образовательной организации. Впрочем, вполне возможно, что рамки автореферата не позволили отразить эти вопросы.

Данные замечания не снижают общего положительного впечатления о работе, носят рекомендательный характер и могут быть учтены автором при подготовке доклада, представляемого к защите.

Автореферат и научные публикации автора позволяют сделать вывод, что диссертация является законченным научно-исследовательским трудом, выполненным самостоятельно на высоком научном уровне. Впервые приведены результаты, позволяющие их квалифицировать как решение задачи, имеющей существенное значение для экономической науки. Работа соответствует квалификационным признакам диссертации на соискание ученой степени кандидата наук. Полученные автором результаты достоверны, выводы и заключения обоснованы. Диссертационная работа 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 Жадько Евгения Александровна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук.

Полякова Нина Владимировна,
доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры менеджмента, маркетинга и сервиса
ФГБОУ ВО «Байкальский
государственный университет»



Н.В. Полякова

664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, корпус 3

www.bgu.ru

+7 (3952) 5-0000-8 доп. 137

e-mail: polyakovanv@bgu.ru

