

ОТЗЫВ

научного руководителя, доктора экономических наук, профессора

Капустиной Ларисы Михайловны

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

Жадько Евгения Александровна имеет базовое экономическое образование, прошла обучение в заочной аспирантуре Уральского государственного экономического университета по научной специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг), работает в должности старшего преподавателя кафедры маркетинга и международного менеджмента УрГЭУ с 2013 года.

Как научно-педагогический работник университета Жадько Е.А. зарекомендовала себя ответственным преподавателем и сформировавшимся исследователем, умеющим самостоятельно вести научно-исследовательскую деятельность, ставить и решать научные проблемы, собирать, анализировать и систематизировать информацию, формировать методический инструментарий, готовить обзоры, отчеты, доклады и статьи по результатам исследования. Евгения Александровна владеет компетенцией обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем маркетинга, брендинга и позиционирования, полученные российскими и зарубежными учеными; вести самостоятельную научную деятельность в соответствии с разработанной программой.

Диссертационная работа Жадько Е.А. посвящена исследованию актуальных проблем маркетинговой деятельности образовательных организаций высшего и среднего профессионального образования. Изменения запросов на рынке труда, повышение требований потребителей образовательных услуг и их свобода в выборе любого вуза и колледжа страны — эти и другие причины побуждают образовательные организации профессионального образования искать пути дифференциации своего предложения. Разработка и трансляция уникальной позиции, соответствующей запросам потребителей, маркетинговое продвижение бренда позволяет привлечь лучших абитуриентов, преподавателей, партнёров, повысить имидж и репутацию не только в российском, но и мировом образовательном пространстве. Университеты и колледжи разрабатывают и

реализуют мероприятия, направленные на создание долгосрочных конкурентных преимуществ, интернационализацию всех областей деятельности, производство интеллектуальных продуктов мирового уровня, формирование высокой академической репутации, приведение образовательных программ в соответствие с лучшими международными образцами, развитие взаимодействия с промышленностью и бизнесом, расширение экспорта образовательных услуг.

Современное состояние рынка образовательных услуг профессионального образования России характеризуется сокращением числа образовательных организаций высшего образования и обучающихся в них студентов. В период с 1990 по 2010 отмечался рост числа образовательных организаций высшего образования и обучающихся в них студентов, но с 2010 по 2016 гг. количество организаций сократилось с 1115 до 817, численность обучающихся в них — с 7049,8 до 4379 тысяч человек, одновременно увеличивается число студентов в образовательных организациях среднего профессионального образования.

Проблема создания и управления брендом на российском рынке профессионального образования является относительно новой и актуальной для отечественных образовательных организаций. Университеты и колледжи выступают полноправными участниками рыночных отношений, в которых влияние бренда на потребительский выбор значимо, однако их усилия в области брендинга носят ограниченный и несистематический характер. Приведение в соответствие стратегии позиционирования и маркетинговых коммуникаций по управлению брендом образовательной организации становится значимым фактором привлечения абитуриентов для обучения и формирования благоприятного имиджа образовательной организации.

В связи с этим целью диссертационного исследования Жадько Е.А. стало развитие теоретических положений в сфере позиционирования и управления брендом образовательной организации, разработке методического инструментария мониторинга позиции и выбора стратегии позиционирования, алгоритма управления брендом образовательной организацией на рынке профессионального образования.

В теоретическом плане в диссертации Жадько Е.А. уточнено содержание понятия «позиция образовательной организации» применительно к профессиональному рынку как место в сознании потребителей, которое организация стремится сформировать, поддержать или изменить, предлагая совокупность, адекватных для определённого периода времени характеристик услуг, создающую элементы бренда организации, транслируемое с использованием маркетинговых коммуникаций и позволяющее

дифференцировать его от брендов конкурентов на рынке профессионального образования; разработана типология стратегий позиционирования.

В методическом плане в работе предложены и обоснованы алгоритм динамического управления брендом образовательной организации, методика поэтапного мониторинга позиции образовательной организации на рынке профессионального образования в сознании потребителей. В методический инструментарий формирования позиции, выбора стратегии позиционирования и управления брендом организации, Жадько Е.А. включены: контент-анализ внутренней документации организации, сайтов организации и её конкурентов; опрос потребителей (результаты опроса обрабатываются с использованием программного комплекса Statistical Package for the Social Science (SPSS 20.0)); карта-схема восприятия позиции организации и её конкурентов; авторская матрица оценки позиции и выбора стратегии позиционирования «Дифференциация позиции – Паритетность позиции», метод SERVQUAL (service quality – «качество услуги»), учитывающий изменение позиции организации во времени и по сравнению с конкурентами и позволяющий выбрать стратегию позиционирования, оценить удовлетворённость потребителей, уточнить элементы модели бренда и выбрать наиболее эффективные в данный момент времени маркетинговые коммуникации управления брендом.

Результаты исследований апробированы при определении стратегий позиционирования образовательных организаций на рынке профессионального образования Екатеринбурга, оценке восприятия потребителями бренда Уральского государственного экономического университета, разработке комплекса маркетинговых коммуникаций университета. Основные научные выводы, сформулированные по результатам диссертационного исследования, обсуждались и получили положительную оценку на международных и всероссийских научно-практических конференциях в городах: Екатеринбург (2008, 2010, 2011, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017), Таганрог (2010), Челябинск (2010), Новосибирск (2011), Белгород (2014), Томск (2016), Вологда (2017). По теме диссертационного исследования опубликовано 23 научные работы, в том числе в изданиях, включённых в перечень ведущих рецензируемых научных журналов, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки Российской Федерации, в международную базу цитирования Web of Science.

Жадько Е.А. осуществляет преподавательскую деятельность на высоком профессиональном уровне, читает лекции и ведет практические занятия по дисциплинам «Маркетинг», «Поведение потребителей», «Позиционирование», организует научно-исследовательскую работу

студентов. Евгению Александровну отличают высокая ответственность, дисциплинированность, доброжелательное отношение к коллегам и студентам, умение корректно вести научную дискуссию.

Считаю, что представленная диссертационная работа «Совершенствование стратегии позиционирования и управления брендом в маркетинговой деятельности образовательной организации на рынке профессионального образования» является самостоятельным законченным квалификационным исследованием, обладающим научной новизной, соответствует требованиям ВАК Министерства образования и науки РФ, а ее автор Жадко Евгения Александровна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Научный руководитель,
заведующий кафедрой маркетинга
и международного менеджмента ФГБОУ ВО
«Уральский государственный экономический университет»,
доктор экономических наук, профессор

Л.М. Капустина
22.12.2017

Подпись Капустиной Л.М. удостоверяю:
Ученый секретарь УрГЭУ, к.э.н.

А.В. Курдюмов

Почтовый адрес организации:
8-е Марта/Народной воли ул. 62/45, г. Екатеринбург, РФ, 620144

Телефон: (343) 257-02-46. Факс (3434) 257-71-47
Адрес электронной почты: usue@usue.ru