

### **ОТЗЫВ ОФИЦИАЛЬНОГО ОППОНЕНТА**

на диссертацию Зверевой Ларисы Геннадиевны на тему: «Развитие рыночной политики и маркетинговое управление вузом по критерию «трудоустройство выпускников», представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг; экономика труда.

#### **Актуальность темы исследования**

В санкционный период функционирования российской экономики для вузов страны важным становится поиск резервов и новых возможностей для устойчивого поступательного развития за счет более эффективного маркетингового управления. Актуальность проблемы совершенствования маркетингового управления вузом и развития его рыночной политики проявляется в четырех основных аспектах:

- инновизация российской системы образования ориентирует вузы на эффективное оказание образовательных услуг; оценку эффективности определяет Минобрнауки и контролирует специально созданная система мониторинга; результаты мониторинга свидетельствуют о том, что маркетинг вузов не в полной мере подготовлен к такому внешнему оцениванию, по результатам которого Министерство принимает решение об эффективности вуза;

- применяемый в мониторинге критерий «трудоустройство выпускников» не вполне корректен, но отражает рыночный результат деятельности вуза и его целесообразно использовать в целевом проблемно-ориентированном маркетинговом управлении;

- трудоустройство выпускников определяется их занятостью, в том числе самозанятостью, что обуславливает необходимость развития рыночной политики вуза, определяющей направления совершенствования маркетинга вуза;

- трансформация российской экономики в условиях санкций предполагает мощную генерацию инновационно активных хозяйствующих субъектов, в том числе предпринимателей, самозанятых, и этот процесс должен поддерживаться системой образования, проблемно-ориентированной деятельностью вузов по оказанию комплекса образовательных услуг для всех форм занятости выпускников.

Актуальность анализируемой проблемы определяет необходимость теоретического переосмысления содержания маркетингового управления вузом, его рыночной политики и их практического изменения в соответствии со сложившимися реалиями государственного регулирования сферы высшего образования.

### **Обоснованность и достоверность научных положений и рекомендаций, сформулированных в диссертации**

Обоснованность и достоверность результатов исследования, проведенного Л.Г. Зверевой, подтверждается широким использованием диссертантом научных материалов, освещающих различные аспекты маркетингового управления вузом, нашедших отражение в трудах отечественных и зарубежных ученых. В этой связи следует отметить факт соблюдения диссертантом требования, касающегося указания ссылок на использованные в работе источники научной информации.

Все представленные в диссертации разработки базируются на актуальной нормативно-правовой базе, что свидетельствует об их обоснованности.

Положительной оценки заслуживает тот факт, что в диссертации в большом объеме представлены статистические и аналитические материалы, а также материалы научных конференций, посвященные проблемам развития рыночной политики и маркетингового управления вузом на основе трудоустройства выпускников.

Для обработки эмпирических данных соискателем были корректно использованы методы экономико-статистического анализа, организационного и экономико-математического моделирования, что позволяет сделать вывод о том, что полученные результаты расчетов являются достоверными.

Достоверность научных положений, сформулированных диссертантом, также подтверждается тем, что основные результаты исследования прошли апробацию на научных конференциях и используются в маркетинговой деятельности и учебном процессе вузов Краснодарского края и Ростовской области.

### **Новизна научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации**

Приращение научного знания в диссертации Зверевой Л.Г. состоит в следующем:

- разработана модель рыночной политики вуза, ориентированная на разные формы занятости выпускников в экономике, дополненная целевыми группами потребителей, сформированными в зависимости от типа занятости после окончания вуза, расширенным ассортиментом образовательных продуктов, закреплённым в изменённых образовательных программах и технологиях, учебных планах и дисциплинах (стр. 27-31, 42-48, 55-59 и др.);

- предложен спектр методических инструментов, отличающийся составом и содержанием, включающий новые инструменты: анализ и маркетинговое управление вузом; реализации рыночной и продуктовой политики, маркетингового исследования и маркетинговых коммуникаций; оценки эффективности маркетинговой деятельности и маркетингового управления вузом, которые обеспечивают конкретность оценок завершения процесса трудоустройства выпускников и достижения их полной занятости, удовлетворения потребностей и предпочтений целевых потребителей образовательных продуктов (стр. 61-67, 73-77, 81-85 и др.);

- разработаны рекомендации по совершенствованию маркетингового управления процессами создания образовательных продуктов, которые отличаются направленностью на целевую подготовку выпускников, готовых к трудоустройству в форме найма, организации собственного дела и предпринимательства в семейном бизнесе; процедурами участия студентов в планировании компетенций, опирающейся на результаты анализа реализуемых вузом программ обучения, учебных планов, рабочих программ дисциплин и содержания занятий; диагностикой пред-

принимательских и творческих способностей абитуриентов и студентов; превентивным выбором сферы деятельности и планированием развития профессиональных компетенций выпускников (стр. 99-112, 115-119);

- разработано маркетинговое управление вузом по критерию «трудоустройство», определяющее содержание процессов создания образовательных продуктов, которое ориентировано на подготовку целевых групп выпускников к трем основным формам занятости (найму на действующие предприятия; организации собственного дела; предпринимательству как продолжению семейного бизнеса); моделью с расширением объектно-субъектных отношений, прямых и обратных связей управления, маркетинговых исследований и коммуникаций; использованием проектного и синергетического подходов; технологией создания образовательных продуктов и стартапов (стр. 74-82, 96-101, 112-119).

### **Значимость диссертационной работы для науки и практики**

**Теоретическая значимость** диссертации Зверевой Л.Г. обусловлена следующим:

- изучены и теоретически описаны целевое проблемно-ориентированное маркетинговое управление вузом по критерию «трудоустройство», новая рыночная и продуктовая политика, направленная на подготовку выпускников к разным формам занятости в экономике;
- установлены причинно-следственные связи, определяющие расширенные возможности нового маркетингового управления и рыночной политики;
- разработан новый подход к маркетинговой деятельности, реализованный в комплексе методических инструментов реализации маркетингового управления и рыночной политики, что обеспечило получение новых данных по теме диссертации.

**Практическая значимость** диссертации Зверевой Л.Г. обусловлена следующим:

- разработан, использован в исследовании и внедрен в образовательную деятельность вузов комплекс инструментов, обеспечивающий:

- совершенствование системы управления и маркетинговой деятельности вуза, достижение полного трудоустройства выпускников;
- повышение эффективности вуза в оценках Минобрнауки России, независимых рейтинговых агентств, потребителей образовательных продуктов;
- благоприятные условия для реализации роли вуза в экономике и обществе как активного участника процесса воспроизводства бизнеса, в том числе высокотехнологичного;
- предложена система практических рекомендаций по модернизации маркетингового управления вузом.

### **Замечания по диссертации**

Вместе с положительными моментами диссертационной работы считаю необходимым обратить внимание на следующие ее недостатки:

1. Соискатель представила комплекс целей, дополняющих дерево целей маркетингового управления вуза. Однако в работе без должного внимания осталась такая проблема, как усиление влияния вуза на результаты экономического развития страны в условиях санкций и контрсанкций.

2. Автором представлены и описаны различные формы занятости выпускников вузов. Вместе с тем, по нашему мнению, одновременно с формами занятости целесообразно было бы исследовать и целевые группы потребителей образовательных продуктов, что обусловило бы уточнение и обновление предложенной диссертантом модели маркетингового управления вузом.

3. В работе при широкой доказательной базе и применении ключевых принципов маркетинга, тем не менее, нераскрыт механизм повышения эффективности маркетинговых коммуникаций в вузах, что ограничивает возможности регулирования информационного обеспечения процессов трудоустройства выпускников высшей школы.

4. Соискателем проведен подробный анализ проблемных аспектов маркетинговых механизмов трудоустройства выпускников на примере вузов Ростовской области и Краснодарского края. Для усиления доказательной аргумента-

ции выводов такого анализа в дальнейших научных разработках представляется целесообразным использовать более репрезентативную выборку вузов в качестве эмпирической базы исследования по заявленной тематике.

Приведенные замечания не снижают достаточно высокой оценки исследования соискателя и не касаются сущности сформулированных в диссертации научных положений, выводов и рекомендаций.

### **Общее заключение**

Представленная Зверевой Ларисой Геннадиевной диссертация является научно-квалификационной работой, в которой содержится решение задачи – развитие теоретических положений и разработка практических рекомендаций, ориентированных на использование маркетингового подхода к эффективному управлению вузом на основе активизации трудоустройства выпускников.

Содержание автореферата и опубликованных работ в полной мере соответствует ключевым положениям диссертации.

На основании изложенного выше считаю, что диссертация на тему: «Развитие рыночной политики и маркетинговое управление вузом по критерию «трудоустройство выпускников»» удовлетворяет требованиям, сформулированным во втором абзаце п. 9 Постановления Правительства РФ от 24.09.2013 г. №842 «О порядке присуждения ученых степеней» (вместе с Положением о порядке присуждения степеней), а ее автор, Зверева Лариса Геннадиевна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг; экономика труда.

Официальный оппонент,

доктор экономических наук, профессор,

профессор кафедры «Маркетинг и Инженерная экономика»

ФГБОУ ВПО «ДГТУ»

М.В. Альгина

ции выводов такого анализа в дальнейших научных разработках представляется целесообразным использовать более репрезентативную выборку вузов в качестве эмпирической базы исследования по заявленной тематике.

Приведенные замечания не снижают достаточно высокой оценки исследования соискателя и не касаются сущности сформулированных в диссертации научных положений, выводов и рекомендаций.

#### Общее заключение

Представленная Зверевой Ларисой Геннадиевной диссертация является научно-квалификационной работой, в которой содержится решение задачи – развитие теоретических положений и разработка практических рекомендаций, ориентированных на использование маркетингового подхода к эффективному управлению вузом на основе активизации трудоустройства выпускников.

Содержание автореферата и опубликованных работ в полной мере соответствует ключевым положениям диссертации.

На основании изложенного выше считаю, что диссертация на тему: «Развитие рыночной политики и маркетинговое управление вузом по критерию «трудоустройство выпускников»» удовлетворяет требованиям, сформулированным во втором абзаце п. 9 Постановления Правительства РФ от 24.09.2013 г. №842 «О порядке присуждения ученых степеней» (вместе с Положением о порядке присуждения степеней), а ее автор, Зверева Лариса Геннадиевна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг; экономика труда.

Официальный оппонент,  
доктор экономических наук, профессор,  
профессор кафедры «Маркетинг и Инженерная экономика»  
ФГБОУ ВПО «ДГТУ»

М.В. Альгина

