

Отзыв

на автореферат диссертации Вандриковой Оксаны Владимировны на тему «Внутриорганизационный маркетинг вузов: цели, методы и влияние на конечные результаты деятельности», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг

Тема авторского диссертационного исследования представляется актуальной в связи с необходимостью практического внедрения в управление современными вузами эффективной интегрированной маркетинговой концепции, содержащей актуальные цели, принципы, направления и приоритеты функционирования высшего учебного заведения в условиях развивающегося рынка образовательных услуг и усиления конкуренции со стороны других государственных и негосударственных высших учебных заведений.

Кризис административно-командной системы регулирования и масштабные социально-экономические преобразования в России обуславливают коренные изменения в национальной системе образования всех уровней. Предварительный анализ более чем десятилетнего периода реформирования не позволяет однозначно определить текущее развитие образовательной отрасли как целенаправленное, концептуально обоснованное и эффективно регулируемое. Экспертные опросы и консультации, а также собственные оценки авторов позволяют интерпретировать анализируемые процессы скорее как стихийную, разнонаправленную, медленную адаптацию субъектов системы (государственных органов, государственных и негосударственных учебных заведений, учащихся, работодателей). В этой ситуации объективным выглядит возникновение как позитивных (конструктивных), так и негативных (деструктивных) результатов тех или иных тенденций.

Диссертационная работа О.В. Вандриковой является интересной научной новацией в части развития научных и практических представлений о маркетинговых резервах внутреннего направления, мобилизация которых может оказать существенное влияние на операционную результативность функционирования современного вуза.

Автореферат диссертационного исследования содержит все необходимые структурные элементы, характеризует авторский подход и концепцию научной новизны в части рассматриваемой маркетинговой проблематики.

Анализ его содержания позволил сформулировать следующие замечания, внимание к которым может составить предмет дальнейшей научной деятельности автора:

1) недостаточно раскрыты вопросы отраслевой специфики внутренней маркетинговой деятельности в образовательных организациях, например, не разграничены информационные потребности маркетинговые инструменты ректората и деканатов вузов и профессорско-преподавательского состава;

2) в автореферате диссертации отсутствуют рекомендации автора по выработке программ лояльности контингента обучающихся к образовательной организации, в которой они получают первое высшее образование.

Высказанные замечания носят рекомендательный характер, позволяют положительно оценить научную и прикладную ценность результатов диссертационной работы.

Автореферат и диссертация Вандриковой О.В. отвечает квалификационным требованиям Высшей Аттестационной Комиссии, а ее автор Вандрикова Оксана Владимировна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Декан факультета инновационных технологий
ФГБОУ ВПО «Российский государственный университет туризма и сервиса»
доктор экономических наук, профессор

И.В. Бушуева

Адрес: 141221, Московская область,
Пушкинский район, пос. Черкизово,
л. Главная, д. 99

Телефон: 8 (495) 940-83-78

Электронная почта: bushueva_naseka@mail.ru



С подписью И.В. Бушуевой заверяю
Гаврилов А.Ю.