

Отзыв

на автореферат диссертации Ходыревой Татьяны Викторовны на тему
«Разработка и эффективное использование комплекса маркетинговых
коммуникаций в вузе на базе виртуального образовательного пространства»,
представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук
по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством:
маркетинг

Успех современных высших учебных заведений на российском образовательном рынке сегодня во многом зависит от эффективности взаимодействия с потребителями образовательных услуг, степени их удовлетворенности, лояльности и приверженности. В связи с этим участники рынка образовательных услуг стремятся обеспечить квалифицированное поведение в сфере маркетинга. В настоящее время наиболее актуальным и обсуждаемым направлением развития теории маркетинга является современная концепция маркетинга отношений, которая ставит акцент на создание и поддержание долгосрочных, взаимовыгодных отношений с потребителями услуг.

Современные исследовательские подходы к организации внутренней маркетинговой деятельности в вузах игнорируют необходимость и возможность маркетингового коммуникационного воздействия на потребителей в ходе оказания образовательных услуг, подразумевается, что результативность вуза в части продаж образовательных услуг и продуктов зависит исключительно от маркетинговой деятельности во внешней среды. В то же время значительное число исследователей и представителей работодателей подчеркивают недостаточность современных образовательных форматов и необходимость доучивания молодых специалистов на предприятиях.

Проблематика виртуального образовательного пространства традиционно рассматривалась в отечественной педагогической практике как

инструментарий роста качества образовательного процесса за счет уменьшения субъективных факторов оценивания результатов деятельности обучающихся в ходе личного контакта, а также роста доступности методического обеспечения образовательного пространства. Коммуникационные же возможности виртуального образовательного пространства еще не получили достаточного рассмотрения, в том числе и в силу традиционного отсутствия внимания к маркетинговому потенциалу действующего контингента слушателей.

Автором в ходе диссертационного исследования сформулированы и исследованы интересные теоретические новации, характеризующие маркетинговые возможности виртуального образовательного пространства в деятельности современного вуза, проанализирована специфика маркетинговой ориентации структуры виртуального образовательного пространства вуза, представлена визуализация маркетинговых коммуникаций «потребитель - вуз» на базе виртуального образовательного пространства.

Авторским успехом следует признать и новацию в части разработки программы лояльности студентов вуза, предполагающей использование ценовых инструментов для достижения аккредитационных показателей деятельности вуза.

Критическое рассмотрение содержания автореферата, тем не менее, позволяет отметить следующие дискуссионные моменты:

- отсутствует анализ опыта использования ресурсов виртуального коммуникационного пространства в зарубежных вузах;
- сомнительной представляется необходимость выделения самостоятельных серверов абитуриентов, студентов и выпускников, поскольку технически эти ресурсы могут быть реализованы на единой технологической платформе;
- в работе не представлены методические разработки с использованием открытых программных средств, известных в международной педагогической практике.

Вместе с тем, указанные моменты не являются принципиальными для общей положительной оценки диссертационного исследования.

Рассматриваемый автореферат указывает на завершенность научного исследования Т.В. Ходыревой, его комплексность, оригинальный характер, позволяет положительно оценить полученные выводы, результаты и предложения. Опубликованные авторские работы свидетельствуют о значительной научной результативности автора.

Диссертационная работа соответствует квалификационным требованиям ВАК Минобрнауки РФ, а ее автор Ходырева Татьяна Викторовна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Заведующий кафедрой маркетинга
ФГАОУ ВО «Волгоградский
государственный университет»,
доктор экономических наук, профессор



Фролов Даниил Петрович

Адрес: 400062, г. Волгоград, проспект Университетский, 100

Телефон: (8442) 40-55-14

Электронная почта: marketech@volsu.ru

Подпись	<i>Лисовская Н.В.</i>
_____, заверяю	
Ученый секретарь федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Волгоградский государственный университет»	
<i>Лисов</i> Н.В. Лисовская	
«__»	20__ г.