

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Экспертной комиссии Диссертационного Совета Д 212.101.13
Кубанского государственного университета
по предварительному рассмотрению диссертации

Ходыревой Татьяны Викторовны

**«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)»

Экспертная комиссия в составе председателя д-ра экон. наук, проф. Н.Р. Молочникова, д-ра экон. наук, проф. З.М. Хутыз, д-ра филолог. наук, проф. Н.П. Кравченко, проанализировав кандидатскую диссертацию и научные работы Ходыревой Т.В. пришла к следующим выводам:

Работа Ходыревой Т.В. посвящена актуальной проблеме современного этапа развития российского образования. Вовлечение в систему рыночных отношений субъектов различных форм собственности приводит к необходимости формирования эффективных систем продвижения товаров и услуг для завоевания своей доли на рынке. Вместе с тем, отсутствие опыта работы в рыночных отношениях, что особенно характерно для государственных образовательных структур, нарушает систему взаимоотношений между субъектами рынка образовательных услуг и продуктов (ОУП). В настоящее время государственные образовательные учреждения, как правило, имеют отдельные элементы маркетинговых коммуникаций, не увязанные в целостную систему информирования потребителей ОУП, что затрудняет достижение поставленных целей по формированию спектра образовательных услуг, соответствующих требованиям рынка.

Авторской удачей Т.В. Ходыревой стало расширение концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций применительно к специфике деятельности образовательных организаций высшей школы за счет рассмотрения маркетингово-коммуникационных возможностей виртуального образовательного пространства как интегрирующего элемента коммуникационной активности.

Все это дает основание считать, что диссертация Ходыревой Т.В. соответствует профилю Диссертационного Совета Д 212.101.13 и специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)».

1. Основные положения и выводы диссертации научно обоснованы. Во-первых, в диссертации использованы фундаментальные разработки, представленные в классических и современных трудах отечественных и зарубежных ученых. Во-вторых, обоснование теоретических положений и аргументация выводов осуществлялись на основе реализации общенаучных методов: диалектического, системно-функционального, структурно-уровневого, историко-логического, монографического, экономико-социологического, экономико-статистического и экономико-математического анализа.

В процессе исследования были проанализированы и учтены законодательные акты, директивные и нормативные документы Правительства Российской Федерации, программные и прогнозныe разработки государственных органов и общественных организаций в сфере экономических отношений.

2. Основные положения и результаты исследования докладывались на международных, российских и региональных научно-практических конференциях.

По теме исследования автором опубликовано 11 работ общим объемом 6,3 п.л. (авт. – 3,6 п. л.), в том числе 4 работ в журналах, рекомендованных ВАК РФ.

3. Диссертация обладает научной новизной.

4. Диссертационная работа имеет практическую значимость.

Теоретическая значимость работы состоит в развитии теоретических представлений о роли и коммуникационных возможностях виртуального образовательного пространства как органичного элемента внутренней маркетинговой среды современной образовательной организации, обладающего значительными маркетинговыми резервами, доступными к использованию в процессе организации и развития коммуникационного взаимодействия вузов с целевыми группами потребителей образовательных услуг и продуктов.

Практическая значимость исследования состоит в оценке маркетингового потенциала коммуникационных ресурсов виртуального образовательного пространства, которые могут быть использованы в стратегической и операционной маркетинговой деятельности образовательных организаций на региональных и национальном образовательных рынках.

5. Комиссия предлагает:

5.1 Допустить диссертацию Т.В. Ходыревой на тему: «Разработка и эффективное использование комплекса маркетинговых коммуникаций в вузе на базе виртуального образовательного пространства» к защите на заседании Диссертационного Совета Д 212.101.13 по специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)».

5.2. Утвердить официальных оппонентов:

доктора экономических наук, профессор, профессора кафедры маркетинга
Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова

Никишкина Валерия Викторовича

доктора экономических наук, профессора кафедры «Маркетинг и реклама»
Института сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) Донского
государственного технического университета

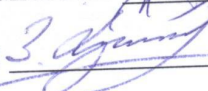
Радину Оксану Ивановну

7.3. Утвердить в качестве ведущей организации:

ФГБОУ ВПО «Российский государственный гуманитарный университет»,
кафедру маркетинга и рекламы (г. Москва).

7.4. Рекомендовать автореферат диссертации Ходыревой Т.В. на тему «Разработка и эффективное использование комплекса маркетинговых коммуникаций в вузе на базе виртуального образовательного пространства» к печати и утвердить список адресатов рассылки автореферата.

Председатель комиссии  д-р экон. наук, проф. Молочников Н.Р.

Члены комиссии  д-р экон. наук, проф. Хутыз З.М.

 д-р филолог. наук, проф. Кравченко Н.П.