

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

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

Вандриковой Оксаны Владимировны

**«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)»

Экспертная комиссия в составе председателя д-ра экон. наук, проф. А.А. Воронова, д-ра экон. наук, проф. Н.Р. Молочникова, д-ра филолог. наук, проф. Н.П. Кравченко, проанализировав кандидатскую диссертацию и научные работы Вандриковой О. В. пришла к следующим выводам:

Работа Вандриковой О.В. посвящена актуальной проблеме развития российских вузов на нынешнем этапе качественного роста. Актуальность темы исследования внутриорганизационного маркетинга при формировании маркетинговой системы управления вузом обусловлена необходимостью дальнейшего развития и функционирования высшей школы в условиях жесткой конкуренции. Специфической особенностью данного процесса является задача одновременного удовлетворения потребностей и на рынке образовательных услуг, и на рынке труда. Реализация этой задачи возможна только при условии формирования специалистов высокой квалификации, обладающих повышенной способностью к восприятию и использованию на практике новых научных идей, современной техники, прогрессивной технологии и методов управления. Высококвалифицированные специалисты не только работают производительнее, но и лучше распоряжаются собственным трудовым потенциалом, имеют особую значимость как для деятельности отдельной организации, так и для роста национальной экономики в целом.

Профессионализм в любой области деятельности предполагает постоянное обновление специальных и общепрофессиональных знаний, навыков, умений, а также овладение научными методами, методиками и технологиями получения и обработки профессионально значимой информации.

Вместе с тем, современное высшее образование в его академическом виде ориентировано скорее на передачу знаний, нежели на комплексное формирование конкурентоспособной компетенции будущего работника, выраженной также и в практических умениях и навыках трудовой деятельности.

Авторской удачей О.В. Вандириковой стало расширение концепции внутриорганизационного маркетинга с учетом специфики деятельности вузов в направлении расширенного маркетингового воздействия на контингент студентов и слушателей, обучающихся по основным образовательным программам и обладающих значительным маркетинговым потенциалом.

Все это дает основание считать, что диссертация Вандириковой О. 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 13 работ общим объемом 7,75 п.л. (авт. – 5,75 п. л.), в том числе 5 работ в журналах, рекомендованных ВАК РФ.

3. Диссертация обладает научной новизной.

4. Диссертационная работа имеет практическую значимость.

Теоретическая ценность и значимость диссертационной работы выражена в модернизации и расширения маркетингового инструментария внутриорганизационной деятельности, направленного на поиск, идентификацию и определение коммерческого потенциала внутренних маркетинговых резервов и обеспечивающего прирост результативности и эффективности деятельности современных образовательных организациях на основе интенсификации маркетинговой деятельности в отношении имеющихся внутренних резервов.

Практической ценностью обладают полученные автором характеристики состава и результативности систем внутриорганизационного маркетинга ведущих вузов Краснодарского края, а также оценка маркетингового и коммерческого потенциала студентов программ высшего образования в части предоставления им услуг дополнительного профессионального образования.

5. Комиссия предлагает:

5.1. Допустить диссертацию О.В. Вандриковой на тему: «Внутриорганизационный маркетинг вузов: цели, методы и влияние на конечные результаты деятельности» 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, профессора, заведующего кафедрой
маркетинга и рекламы ФГБОУ ВПО «Российский государственный
гуманитарный университет» (РГГУ)

Шевченко Дмитрия Анатольевича

доктора экономических наук, доцента, заведующего кафедрой
товароведения и таможенного дела ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский
федеральный университет»

Кравченко Александра Викторовича

7.3. Утвердить в качестве ведущей организации:

ФГАОУ ВПО «Волгоградский государственный университет», кафедру
маркетинга (г. Волгоград)

7.4. Рекомендовать автореферат диссертации Вандриковой О.В. на тему
«Внутриорганизационный маркетинг вузов: цели, методы и влияние на
конечные результаты деятельности» к печати и утвердить список адресатов
рассылки автореферата.

Председатель комиссии Воронов д-р экон. наук, проф. Воронов А.А.

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

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