

ОТЗЫВ

**на автореферат Ковалевой Елены Николаевны на тему
«Маркетинговые инструменты формирования имиджа региональной
образовательной организации» на соискание ученой степени кандидата
экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и
управление народным хозяйством (маркетинг)**

Региональные вузы, учитывая их преобладание в России и ключевую нагрузку по подготовке специалистов, руководителей регионального уровня, в полной мере несут ответственность за обеспечение устойчивого развития того региона, в котором они находятся. Информационное поле, которое создают региональные вузы относительно интеграции и взаимодействия с предприятиями и организациями региона, вовлеченности в практическую деятельность, является существенным фактором в обеспечении устойчивого развития. Изменение вектора деятельности вузов на удовлетворение настоящих и будущих потребностей общества в ходе совместной деятельности вузов и организаций региона, переориентация целей деятельности вузов на цели устойчивого развития являются на сегодняшний момент актуальной теоретической и практической задачей. Имидж вуза, сформированный отличными от коммерческой среды методами и инструментами, способен интенсифицировать ресурсный обмен с группами заинтересованных сторон, усилить активность вуза в части обеспечения устойчивого развития общества. Вышеизложенное позволяет заключить, что выбранная автором тема исследования является актуальной и практически значимой.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в соединении концептуальных основ понимания имиджа в различных отраслях

науки – социальной психологии, семиотики, экономики, - с целью создания действенного маркетингового инструментария формирования образа образовательной организации высшего образования как некоммерческой организации в восприятии стейкхолдерами в целях выстраивания положительной репутации организаций для стимулирования к обучению и совершенствованию в течение жизни в целях достижения устойчивого развития региона.

Наиболее существенными теоретическими результатами диссертационного исследования и методическими разработками являются:

- выявление и систематизация специфических особенностей функционирования вузов как некоммерческих организаций в условиях рынка;
- авторская схема, характеризующая предложение вуза на различных рынках;
- классификация стейкхолдеров образовательной организации высшего образования;
- выявление и систематизация уровневого механизма формирования имиджа регионального вуза в рамках национального рынка образования;
- разработка методики оценки условий формирования имиджа регионального вуза;
- разработка маркетинговой модели и системы маркетинговых инструментов формирования имиджа регионального вуза.

Обоснованность научных положений, выводов и рекомендаций диссертационного исследования определяется структурой и логикой диссертационного исследования, определенными автором целью, задачами, объектом и предметом исследования, выбранными методами, теоретико-методологической и информационно-эмпирической базой исследования. Апробация результатов исследования была проведена в нескольких

региональных вузах России, что подтверждает практическую значимость работы.

Вместе с тем к тексту автореферата можно сделать следующие замечания:

- не конкретизированы операционные инструменты, которые автор предлагает субъектам формирования имиджа регионального вуза в целях формирования позитивного имиджа;
- из текста автореферата не ясно, в чем состоит отличие предлагаемых операционных инструментов от маркетинговых инструментов формирования имиджа, используемых коммерческим маркетингом.

Несомненно, диссертационное исследование, проведенное автором, соответствует требованиям п. 9 «Положения о присуждении ученых степеней» (Постановление Правительства РФ от 24.09.2013 г. № 842), предъявляемым ВАК России к диссертациям на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг), а ее автор Ковалева Елена Николаевна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук.

Земляк Светлана Васильевна,
доктор экономических наук, профессор,
заведующий кафедрой Менеджмента и маркетинга
Смоленского филиала федерального государственного
образовательного бюджетного учреждения высшего
образования «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»
«23» марта 2016 г.

214018, Российская Федерация,
г. Смоленск, пр. Гагарина, д. 22, каб. 230
E-mail: svaz007@mail.ru
Тел.: 8-4812-552777, 8-910-710-6687

