

В диссертационный совет Д 212.196.04  
при ФГБОУ ВО «Российский экономический  
университет имени Г. В. Плеханова»

## **ОТЗЫВ**

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

Диссертационное исследование Е. Н. Ковалевой посвящено актуальной проблеме – процессам и инструментам формирования имиджа региональных вузов. Для вузов, согласно ФЗ-273 «Об образовании в Российской Федерации», являющихся некоммерческими организациями, основной целью деятельности является удовлетворение потребностей общества и государства в высококвалифицированных кадрах, удовлетворение потребностей личности в интеллектуальном, культурном и нравственном развитии. При этом, по справедливому замечанию автора, современным вузам регионального значения необходимо обеспечивать собственную экономическую устойчивость, а вступая в коммерческий обмен, оказываются под давлением факторов внешней макро- и микросреды. Имидж способен интенсифицировать коммерческий и некоммерческий обмен с различными группами заинтересованных сторон, способствуя как достижению экономической устойчивости вуза, так и обеспечению общественного блага, что следует из некоммерческих целей деятельности вузов. Вышеизложенное, несомненно, обуславливает актуальность и практическую значимость исследуемой автором проблемы.

По результатам проведенного автором исследования, сформулированы пять пунктов научной новизны, которые в достаточно



полной мере раскрыты в тексте автореферата и действительно являются научной новизной. Оценивая автореферат диссертации, следует отметить, что его содержание изложено логично, поставленные задачи диссертантом выполнены, а цель, заключающаяся в разработке модели, системы инструментов и методики оценки условий формирования имиджа регионального вуза для оптимизации ресурсного обмена с различными стейкхолдерами в условиях конкуренции, достигнута.

Среди результатов, полученных лично автором и характеризующих научную новизну исследования, можно выделить следующие:

- систематизированы особенности вузов как некоммерческих организаций в условиях рынка;
- предложена универсальная схема, характеризующая предложение вуза на различных рынках;
- представлена классификация стейкхолдеров образовательной организации высшего образования;
- выявлен и систематизирован уровневый механизм формирования имиджа региональных вузов в рамках национального рынка образовательных услуг и научных продуктов;
- предложен инструментарий оценки условий формирования имиджа регионального вуза, маркетинговая модель и система маркетинговых инструментов формирования имиджа регионального вуза.

Несомненной заслугой автора является то, что предложенные схемы, показатели, инструменты оценки и модели позволяют вузам и другим субъектам формирования имиджа образовательных организаций на различных уровнях формировать образ регионального вуза, максимально соответствующий реальной действительности и способствующий совершенствованию деятельности региональных вузов.

Положительной стороной диссертационного исследования, несомненно, является апробация ее результатов в региональных вузах



страны, на различных научно-практических конференциях международного, национального и регионального уровня.

Наряду с высокой оценкой, выполненного автором исследования, следует отметить, что в автореферате нет подробного описания классификации стейкхолдеров, что не дает возможности «взвешенно» оценить их роль и влияние на деятельность регионального вуза. Однако, отмеченное замечание не меняет нашей общей положительной оценки выполненного диссертационного исследования.

Таким образом, диссертационное исследование Ковалевой Елены Николаевны 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 заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук.

Директор Научно-исследовательского института  
социально-экономических и педагогических  
проблем непрерывного образования  
АОУ ВПО «Ленинградский государственный университет  
имени А. С. Пушкина»,  
кандидат экономических наук, профессор



/ Н. А. Лобанов /

Лобанов Николай Андреевич  
196605, Россия,  
Санкт-Петербург,  
Петербургское шоссе, 10  
НИИ С-ЭиППНО  
ЛГУ им. А. С. Пушкина  
Тел.: 8(812) 304-32-94  
E-mail: akmevita-lna@yandex.ru

Подпись Лобанова Н. А.  
Удостоверяю "29" 03 2016г.  
Зач. Начальник ОК Лоб М.Г. Лобатова

