

## **ОТЗЫВ НАУЧНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ**

**на диссертацию КОВАЛЕВОЙ ЕЛЕНЫ НИКОЛАЕВНЫ на тему:  
«Маркетинговые инструменты формирования имиджа региональной  
образовательной организации», представленной на соискание ученой  
степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 –  
Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)».**

Ковалева Елена Николаевна закончила Смоленский государственный педагогический университет по специальности «филология» в 1999 году, а в 2008 году Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Российский государственный торгово-экономический университет» по специальности «маркетинг». С 2011 по 2015 г. обучалась в заочной аспирантуре сначала Российского государственного торгово-экономического университета, а после присоединения - в Российском экономическом университете имени Г.В. Плеханова на кафедре предпринимательства и логистики. В период подготовки диссертации соискатель Ковалева Елена Николаевна работала в должности старшего преподавателя кафедры рекламы и дизайна Смоленского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова. В 2015 г. Ковалева Е.Н. завершила работу над диссертационным исследованием, прошла все необходимые процедуры обсуждения и предзащиты и представляет свою диссертацию к защите в Диссертационный совет.

В процессе учебы в аспирантуре Ковалева Е.Н. принимала активное участие в научной работе кафедры и университета. Вопросы ее диссертации обсуждались на всероссийских, международных, региональных научно-практических конференциях в Москве, Санкт-Петербурге, Смоленске, Ташкенте, Владивостоке, Барнауле. Результаты исследований Е.Н. Ковалевой вошли в научные отчеты кафедры по нескольким научно-исследовательским проектам и были опубликованы в коллективной монографии «Оценка

эффективности преподавателя в современном образовательном учреждении», изданной в 2015 году.

Практические результаты исследования прошли апробацию и внедрены в деятельность нескольких региональных филиалов московских вузов, региональных университетов, а также использованы при разработке программы развития ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова».

Диссертация Ковалевой Е.Н. является итогом ее обучения в аспирантуре Российского экономического университета им. Г.В.Плеханова и написана на актуальную тему – формирование имиджа регионального вуза. Актуальность исследования обусловлена тем, что процессы глобализации, модернизации и реформирования системы высшего образования Российской Федерации, сокращение бюджетного финансирования, демографический спад, изменение нормативно-правового регулирования образовательной сферы, обострение конкуренции формируют необходимость вузам искать пути повышения своей конкурентоспособности, используя для этого маркетинговый подход.

В диссертации Е.Н. Ковалевой дополнены и развиты теоретические положения маркетинга применительно к услугам высшего образования, сформулирована концепция ресурсного обмена, составлена классификация стейкхолдеров образовательной организации, сформулированы особенности функционирования некоммерческих организаций в условиях рынка. В диссертации рассмотрены методы формирования имиджа вуза на разных уровнях и с точки зрения целей и задач различных стейкхолдеров. Предложена модель формирования имиджа образовательной организации и система маркетинговых инструментов для управления его формированием.

Во время обучения в аспирантуре и работы над диссертацией Ковалева Е.Н. продемонстрировала целеустремленность, настойчивость, умение применять результаты исследования на практике. Она самостоятельно провела несколько исследований, используя различные методики сбора и анализа данных. Используемые методики, например, анализ рефлексии студентов об опыте взаимодействия с образовательной организацией, соответствуют



международному уровню исследований в области образования. В работе Е.Н.Ковалевой показана зависимость социального эффекта деятельности вуза от экономического, что делает актуальным использование маркетинговых инструментов, которые, с одной стороны, обеспечивают рост и стабильность коммерческого и некоммерческого обмена со стейкхолдерами вуза, с другой стороны, делают выбор вуза максимально объективным в интересах как вуза, так и его многочисленных стейкхолдеров. На основе глубокого анализа как российского, так и зарубежного опыта, Е.Н. Ковалева показала, что успешность происходящего между вузом и потребителями его продуктов и услуг ресурсного обмена во многом определяется имиджем вуза как основой формирования его репутации.

Все это позволяет сделать вывод, что диссертация Е.Н.Ковалевой соответствует требованиям пункта 9 «Положения о присуждении ученых степеней», предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)» (Постановление Правительства РФ №842 от 24.09.2013г.), а соискатель Ковалева Е.Н. заслуживает присуждения ей ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Сагинова Ольга Витальевна,

д.э.н., профессор,

Заведующий кафедрой предпринимательства и логистики

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова



30.10.15

ПОДПИСЬ *Сагиновой О.В.*  
Специалист по работе с персоналом  
*Марков А.В.*

