

В Диссертационный совет 24.2.372.03  
на базе ФГБОУ ВО «Российской экономической  
университет им. Г.В. Плеханова»

### **ОТЗЫВ**

на автореферат диссертации Прохоровой Анны Михайловны,  
выполненную на тему «Модели и инструментарий продвижения образовательных услуг вузов»,  
представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности  
5.2.2. Математические, статистические и инструментальные методы в экономике  
(экономические науки)

Продвижение вузами образовательных услуг высокого качества с применением интернет-технологий требует использования специальных средств и методов их продвижения.

Развитие и использование различных методов и средств по продвижению вуза и его образовательных услуг в XXI веке имеют огромное значение для эффективной работы учебного заведения, привлечения студентов, повышения его репутации и конкурентоспособности.

Возникает потребность в разработке информационных систем поддержки продвижения образовательных услуг на основе порталов вуза, изменяющих свою структуру и информационное содержание в соответствии с изменяющимися потребностями и предпочтениями потребителей образовательных услуг.

Для привлечения студентов в условиях высокой конкуренции учебные заведения должны активно работать над улучшением своего имиджа, продвигая свои образовательные услуги. Использование различных методов и инструментов моделирования образовательных порталов, как инструмента информационной поддержки процессов продвижения образовательных услуг позволяет увеличить эффективность продвижения и достичь поставленных целей для вуза.

Один из значимых документов, подтверждающих важность разработки методов и инструментария продвижения образовательных услуг вуза – «Стратегия развития образования в Российской Федерации на период до 2030 года». В этом документе указывается, что развитие системы образования, включая высшее образование, является приоритетным направлением государственной политики. Формирование эффективной системы продвижения вузов и их услуг в рамках этой стратегии играет важную роль в обеспечении доступности, качества и конкурентоспособности образования.

Также следует отметить «Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»». В нем указывается, что учебные заведения должны создавать условия для привлечения студентов, формировать и

поддерживать свою репутацию, стимулировать интерес обучающихся к образовательной деятельности. Указанные цели могут быть достигнуты только при активном использовании различных методов и инструментов продвижения вуза и его образовательных услуг.

При создании имиджа в рамках PR-деятельности, у вуза есть возможность указать свои сильные стороны и конкурентные преимущества. Результатом будет повышение спроса на образовательные услуги высокого качества. Спрос будет увеличен как среди высококвалифицированных преподавателей, желающих работать в престижном вузе, так и среди абитуриентов, желающих получить достойное высшее образование.

Диссертация Прохоровой Анны Михайловны на тему «Методы и инструментарий продвижения образовательных услуг вуза» является важным исследованием в данной области. В своей работе Прохорова А.М. подробно исследует различные методы и инструменты продвижения образовательных услуг вуза, приводит практические примеры и рекомендации по их использованию.

Теоретической базой диссертационного исследования являются работы отечественных и зарубежных специалистов в области продвижения образовательных услуг, роль целевых и персонализированных коммуникаций для вуза, использование методов интеллектуального анализа данных, качества предоставления образовательных услуг, а также онтологического и математического моделирования, в том числе сложных социально-экономических систем.

Диссертационная работа является актуальным исследованием в сфере образовательного маркетинга, в котором автор подробно анализирует современные модели продвижения образовательных услуг, предоставляя пользователям полный спектр вариантов для привлечения студентов в учебные заведения.

Работа Прохоровой А.М. имеет ряд достоинств:

1) Автор предлагает модели и инструменты, позволяющие улучшить и сделать продвижение образовательных услуг вузов наиболее эффективным как для вуза, так и для абитуриентов в целом.

2) Предложенный инструментарий с использованием метода SWOT-анализа для выявления сильных и слабых сторон вуза и возможностей и угроз на образовательном рынке поможет вузам определить свою конкурентоспособность на рынке образовательных услуг.

3) Автор предлагает модели и инструменты для проведения маркетинговых исследований, позволяющие вузам адаптировать свои предложения к

потребностям рынка с использованием опросов и фокус-групп для выявления потребностей студентов и разработки новых образовательных программ вуза.

4) Предложенный инструментарий позволяет применить модели и инструменты продвижения образовательных услуг вузов для повышения студенческой рекрутинговой активности при использовании целевого маркетинга в социальных сетях.

5) Предложенные модели взаимодействия вузов с потенциальными работодателями, могут способствовать улучшению трудоустройства выпускников.

Автор предлагает различные модели и инструменты для комплексного использования при продвижении образовательных услуг вузов. Особый интерес представляет раздел, посвященный применению цифровых маркетинговых стратегий в сфере образования, в частности алгоритм и методика оценки функциональных возможностей порталных решений вузов для продвижения образовательных услуг на основе использования инструментов интернет-маркетинга, адаптирующие метод формализованного анализа функциональной полноты сложных систем и позволяющие получить количественные оценки возможностей портала вуза.

Практическая значимость результатов диссертационного исследования заключается в возможности использования полученных результатов для решения конкретных задач анализа качества и реорганизации структуры образовательных порталов вузов на основе использования разработанных моделей и инструментов продвижения образовательных услуг порталных решений в реальных условиях для улучшения продвижения образовательных услуг вузов.

Приведенные выше достоинства диссертации на тему «Модели и инструментарий продвижения образовательных услуг вузов» представляются важными и полезными для современного образовательного сектора, так как помогают вузам эффективно позиционировать свои образовательные услуги и привлекать больше студентов и потенциальных потребителей образовательных услуг.

В целом работа отличается обоснованностью теоретических и практических положений и выводов, основанных на использовании современных методов продвижения образовательных услуг. Автор показал способность ставить актуальные научные вопросы и решать поставленные задачи. Анализ автореферата Прохоровой А.М. показывает, что в работе цели достигнуты, поставленные задачи успешно решены.

Полученные научные результаты позволили разработать методику оценки эффективности методов и алгоритмов продвижения образовательных услуг

