

В диссертационный совет  
24.2.372.03  
на базе ФГБОУ ВО «Российский  
экономический университет им.  
Г.В. Плеханова»  
г. Москва, Стремянный пер., д. 36

### **Отзыв**

на автореферат диссертации Прохоровой Анны Михайловны 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)

В последние годы и в настоящее время система высшего образования сталкивается с проблемой недостатка абитуриентов или потребителей образовательных услуг. Причиной этой ситуации является демографическая обстановка в России и повышенная конкуренция на рынке высшего образования. Учебные заведения борются за каждого абитуриента, используя разнообразные методы продвижения на рынке образовательных услуг. Самые успешные заведения имеют лучший рейтинг и авторитет в глазах студентов. Поэтому актуальной задачей в современном рынке образовательных услуг является продвижение высшего учебного заведения.

Для достижения этой цели разрабатываются специальные программы продвижения с использованием современных методов продвижения. Однако, создание и внедрение такой комплексной программы требуют найма маркетологов, веб-разработчиков, специалистов по продвижению и выделения значительных средств на рекламу и реализацию. Это приводит к нехватке финансовых ресурсов и квалифицированных специалистов.

Каждый вуз ориентируется на определенный контингент потенциальных абитуриентов, что определяет маркетинговую стратегию. Однако, исследования показали, что абитуриентам часто недостаточно информации о специальности и профессии, на которую они поступают. В результате студенты отчисляются со второго-третьего курса из-за недостатка мотивации и интереса к выбранной профессии.

Кроме того, одной из основных проблем, с которой сталкиваются высшие учебные заведения, является устойчивый стереотип относительно качества и уровня образования, предоставляемого данными учебными заведениями. Следовательно, главной целью данной диссертационной работы является решение множества проблем, связанных с острой конкуренцией на рынке образовательных услуг, сбережением контингента, недостаточным финансированием и недостаточным использованием имеющихся ресурсов для повышения интереса к программам обучения со стороны потенциальных потребителей образовательных услуг. Для решения этих проблем необходимо популяризировать деятельность вуза среди абитуриентов через качественно разработанный образовательный портал, использования разработанных методов продвижения образовательных услуг, а также сформировать положительное отношение к образованию данного вуза.

В процессе проведения диссертационного исследования А.М. Прохоровой использовались различные методы, такие как системный и математический анализ, математическая статистика, нечеткая логика, а также инструменты веб-аналитики, для достижения поставленных целей.

Важность полученных Прохоровой А.М. в рамках диссертационных результатов заключается в разработке новых подходов к изучению и созданию структуры образовательных порталов с учетом предпочтений и поведения пользователей с целью эффективной продвижения образовательных услуг. Методы нечеткой логики, онтологического и статистического моделирования порталных решений вузов были использованы при реализации данной задачи. Результаты и выводы исследования могут служить основой для решения конкретных задач по анализу качества и оптимизации структуры образовательного портала вуза с использованием новых методов продвижения образовательных услуг. Это обеспечивает повышение конкурентоспособности вуза на рынке образовательных услуг. Разработанный инструментарий продвижения образовательных услуг через порталные решения вуза может использоваться для улучшения качества учебного процесса в системе высшего профессионального образования

В качестве недостатка работы, следует отметить, что более пристальное внимание было бы целесообразно уделить описанию возможностей использования предложенных моделей продвижения образовательных услуг при разработке образовательного портала вуза, управляемых в режиме реального времени (RTE, real time enterprise), а также возможности совершенствования на их основе концепций управления результативностью ведения образовательной деятельностью. Данное направление развития исследования было бы логичным в виду того, что использование созданных

моделей продвижения образовательных услуг фактически направлено на сокращение разрыва между стратегическим и оперативным уровнями управления вуза и должно привести к цифровизации стратегий его управления.

Тем не менее данное замечание не снижает общей ценности работы. Поставленные задачи решены на должном научно-теоретическом и экспериментальном уровнях. Судя по автореферату, диссертационная работа Прохоровой А.М. представляет собой законченное научное исследование с очевидными элементами новизны и несомненной практической ценностью. Диссертация на соискание ученой степени кандидата наук соответствует критериям, установленным в «Положении о присуждении ученых степеней», утвержденном постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. №842, а ее автор – Прохорова Анна Михайловна заслуживает присуждения ей ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.2. Математические, статистические и инструментальные методы в экономике (экономические науки).

Кандидат экономических наук,  
руководитель департамента  
программной инженерии  
факультета компьютерных  
наук ФГАОУ ВО «Национальный  
исследовательский университет  
«Высшая школа экономики»»,  
доцент



Лебедев Сергей Аркадьевич

Место работы: ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет  
«Высшая школа экономики»

Адрес организации: 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20

Рабочий телефон: +7 (495) 772-95-90 доб. 28620

E-mail: hse@hse.ru

Дата составления отзыва: «11» сентября 2023 г.

Подпись завершил  
Специалист по персоналу

Дурникова К.

11.09.2023

