

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)**

Работа Прохоровой Анны Михайловны является тщательно подготовленной диссертационной работой, которая имеет выраженный исследовательский характер и вносит значительный вклад в область продвижения образовательных услуг и развития маркетинговых коммуникаций вуза. Автор провел обширный анализ современных подходов к продвижению образовательных услуг вузов, представив полноценный набор моделей и инструментов, которые могут быть использованы для достижения максимального эффекта в данной сфере. Особенно полезными являются рекомендации автора по применению данных моделей и инструментов в реальной практике. Диссертация является ценным ресурсом для исследователей и практиков и рекомендуется к прочтению.

Автореферат подтверждает, что проведенное исследование представляет собой самостоятельную работу, выполненную с учетом достаточного массива источников, отражающих современные тенденции развития рынка образовательных услуг, а также актуальные подходы, методы и модели продвижения образовательных услуг в глобальной сети Интернет.

Объект, предмет, цели и задачи исследования имеют четкую и логичную формулировку, автореферат отражает логику научного исследования, построенного в соответствии с принципами научного доказательства, методами теоретического и эмпирического исследования, такими как сравнение, эксперимент, измерение, анализ, синтез. В тексте реферата структурно и последовательно излагаются результаты исследования.

Убедительно выглядит обоснование научной новизны работы, ее практической значимости. Проведена научная апробация результатов диссертационного исследования, представленная более чем в 38 публикациях,

из них 9 статей - в рецензируемых научных изданиях. Доклады на конференциях дают представление о содержании диссертации и ее научных результатах, а практическое применение в деятельности ряда вузов и использование в учебном процессе позволяют оценить ее как важное и достаточно универсальное методическое пособие, которое успешно может использоваться в практике управления вузами.

В рамках анализа текста автореферата можно сделать вывод, что в работе выявлены и проанализированы результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями в сфере продвижения и организации образовательных услуг вуза, а также сформулированы и определены такие понятия как образовательные услуги вуза, продвижение образовательных услуг и потребители (пользователи) образовательных услуг вуза. Работа представляет собой комплексное исследование, направленное также и на оценку эффективности от проделанной работы по внедрению и использованию методов и инструментария по продвижению образовательных услуг вуза.

Необходимо добавить, что особенность продвижения образовательных услуг заключается в том, что оно должно быть направлено на привлечение и удержание студентов и потенциальных абитуриентов в вузе или в любом другом образовательном учреждении.

Основные особенности продвижения образовательных услуг, выявленные автором диссертации, составляют комплекс, в который входят:

- Целевая аудитория: Продвижение образовательных услуг требует определения и анализа целевой аудитории. Возможные группы потенциальных потребителей образовательных услуг включают школьников, студентов, работающих людей, родителей, иностранных студентов и других заинтересованных лиц. Каждая из этих групп может иметь разные требования и ожидания, поэтому так необходимо разработать индивидуальные стратегии продвижения для каждой группы.

- Уникальное предложение: Стратегия продвижения образовательных услуг должна включать уникальное предложение, которое отличает данное учреждение или программу обучения от предложений вузов-конкурентов. Возможными факторами могут быть престижность вуза или учреждения, качество образования, международная аккредитация, профессионализм и экспертность преподавателей, доступность современного оборудования и технологий и т. д.

- Многоканальный подход: Продвижение образовательных услуг требует использования различных каналов коммуникации, чтобы довести информацию до целевой аудитории вуза. Такие каналы могут включать

телевизионную и радиорекламу, печатные материалы, рекламу в сети Интернет, включая рекламу в социальных сетях, публичные мероприятия, прямой маркетинг, почтовую рассылку и другие каналы.

- Онлайн-продвижение: В современном мире все больше людей обращаются к онлайн-образованию. Поэтому особенностью продвижения образовательных услуг является использование онлайн-платформ для привлечения и обучения потребителей образовательных услуг. Реклама в поисковых системах, создание образовательных контента, вебинары, онлайн-курсы и другие инструменты для образования могут использоваться в онлайн-продвижении образовательных услуг.

- Брендинг и репутация: Важным аспектом продвижения образовательных услуг является создание и укрепление бренда вуза или учреждения. Вуз должен строить свою репутацию на основе качества образования, успешных выпускников, престижных партнерств, инновационных методов обучения и других факторов. Это поможет привлечь больше студентов и убедить их в выборе данного учреждения или программы обучения.

В целом диссертационное исследование касается всех важных аспектов и особенностей продвижения образовательных услуг и предлагает использование комплексного подхода, который включает анализ целевой аудитории, создание уникального предложения, использование различных каналов коммуникации и укрепление бренда вуза.

Наряду с достоинствами диссертации Прохоровой А.М., в автореферате представленной диссертационной работы имеется спорный момент. Один из недостатков, который можно было бы упомянуть в отзыве касательно разработанного сервиса по выбору направления подготовки абитуриентов вуза, основываясь на автореферате диссертации, это возможное отсутствие детального исследования и моделей, касающихся самого сервиса. Автореферат диссертации описывает модели и инструментарий продвижения образовательных услуг вуза в целом, но не фокусируется на конкретном сервисе. Это может создавать неопределенность в отношении его эффективности и адаптации к требованиям и потребностям абитуриентов. Упоминание этого недостатка в отзыве позволит разработчику сервиса обратить внимание на необходимость проведения более глубокого исследования и моделирования самого сервиса, чтобы гарантировать его эффективность и конкурентоспособность.

Таким образом, представленная к защите диссертация Прохоровой А.М. отвечает критериям, предусмотренным п. 9 «Положения о присуждении ученых степеней», то есть является самостоятельной завершенной научно-

квалификационной работой, посвященной решению научной проблемы с учетом заявленной темы исследования.

Прохорова Анна Михайловна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.2 – Математические, статистические и инструментальные методы в экономике (экономические науки).

Доцент Высш
систем и управ
«Санкт-Петер
университет I

Логина Александра Викторовна

Место работы
учреждение ве
университет П

ное образовательное
ский политехнический

Адрес организации: 195251, г. Санкт

9

Рабочий телефон: +7 (812) 297-42-14

E-mail: loginova_av@spbstu.ru

В.

Логина

Дата составления отзыва: «02» августа