

В диссертационный совет 24.2.372.06 на базе ФГБОУ ВО
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

***Отзыв на автореферат диссертации Кулаковой Екатерины Юрьевны на
тему «Совершенствование маркетинговых технологий продвижения
бизнес-образования вуза в информационном обществе», представленной на
соискание учёной степени кандидата экономических наук по специальности
5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (10. Маркетинг)***

В России в настоящее время активно реализуются национальные проекты и программы, направленные на решение актуальных задач государства. Перед российскими вузами стоит задача подготовки квалифицированных специалистов, что обусловлено стремительными изменениями в экономике страны, в частности санкционными ограничениями и запуском собственных производств. Рынок образовательных услуг переполнен предложениями, а потребители обладают высоким уровнем информированности и активности.

Сегодня программы бизнес-образования предлагают не только государственные вузы, но и корпоративные университеты, онлайн-платформы (Coursera, Stepik, Нетология и др.), частные бизнес-школы. Все это требует от традиционных образовательных организаций не только актуализации своих программ, но и трансформации маркетинговых стратегий, чтобы привлекать и удерживать аудиторию в условиях высокой конкуренции. Исследование автора фокусируется именно на этой актуальной проблеме.

Объектом исследования являются образовательные организации, реализующие программы бизнес-образования, что актуально в условиях динамических экономических изменений. Предмет исследования подчеркивает комплектность и многослойность исследуемой проблемы.

Теоретическая значимость работы состоит в развитии теории маркетинга образовательных услуг, в частности переход на digital-

продвижение в контексте цифровизации экономики и меняющегося при этом потребительского поведения.

Особый интерес представляет предложенная автором методика маркетингового исследования, которая позволяет выявить влияние различных факторов на спрос, отношение и реакцию на инструменты продвижения программ бизнес-образования в разрезе социально-демографических характеристик и в итоге получить готовые кластеры потребителей, сгруппированные по поведенческим показателям. Данная методика стала составляющей частью предложенной модели продвижения бизнес-образования вуза, которая представляет научный интерес и пошаговое руководство для маркетологов вузов, начиная с маркетинговых исследований до формирования лояльности и оценки эффективности рекламной кампании на каждом этапе модели.

Кулакова Е.Ю. демонстрирует глубокое понимание проблемы и системное видение путей ее решения. В работе раскрыты не только теоретические аспекты вопросов продвижения программ бизнес-образования, но и предложенные конкретные методики и механизмы, которые могут применяться на практике.

Таким образом, диссертация представляет собой ценное исследование, способное внести вклад в развитие теории и практики управления продвижением образовательных услуг бизнес-образования вузов. Предлагаемые автором теоретические и практические разработки обладают высоким уровнем новизны и актуальности, что свидетельствует о научной и практической значимости работы.

Признавая актуальность темы, новизну, внутреннее единство и высокий уровень научной работы, к автореферату есть замечание: в нем не сформулирован конкретный перечень возможностей информационной среды, которые были использованы конкретно в предлагаемой модели продвижения

бизнес-образования и расширении комплекса показателей оценки эффективности продвижения.

Данное замечание не влияет на общую положительную оценку исследования. Оно в целом представляет большой интерес как в научном, так и в практическом плане. Работа Кулаковой Е.Ю. на тему «Совершенствование маркетинговых технологий продвижения бизнес-образования вуза в информационном обществе» отвечает всем требованиям Положения о присуждении учёных степеней (утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. №842) как с точки зрения поставленных в ней задач, так и с точки зрения полученных автором результатов. Поэтому можно сделать вывод о том, что ее автор Кулакова Екатерина Юрьевна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (10. Маркетинг).

Доцент кафедры маркетинга факультета "Высшая школа управления"
Начальник Управления маркетинга, к.э.н.

М.А. Кирпичева

Кирпичева Мария Александровна,
кандидат экономических наук.

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации»,

Доцент кафедры маркетинга факультета "Высшая школа управления"
Начальник Управления маркетинга,

Россия, 125167, г. Москва, пр-кт Ленинградский, д. 49/2

Тел. +7 (495) 249 52 59

E-mail: MAKirpicheva@fa.ru

21.05.2025

