

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)**

Тема исследования, рассмотренная автором на сегодняшний день чрезвычайно важна для вузов, реализующих программы ДПО. Образовательные организации должны меняться на всех уровнях организации образовательного процесса, соответствуя реалиям цифровой среды, а также адаптировать маркетинговые технологии продвижения образовательных услуг, учитывая спрос и достаточно высокое конкурентное поле.

У каждой образовательной организации безусловно есть своя утвержденная маркетинговая стратегия, однако для полной ее реализации нужен именно системный подход как в организации процесса обучения, так и в управлении маркетинговыми коммуникациями с потенциальными и реальными потребителями образовательных услуг, а также выпускниками.

В рамках научной новизны автор внес существенный вклад в решение вопросов, связанных с актуализацией основных определений в сфере маркетинга бизнес-образования, таких как «бизнес-образование», «маркетинг бизнес-образования», «продвижение бизнес-образования», «маркетинговая стратегия» и др. с учетом развития цифровой среды; что важно, с помощью экспертного опроса уточнил объект исследования и выявил специфические черты бизнес-образования, факторы и направления его развития в условиях цифровизации общества; предложил и апробировал методику маркетингового исследования по выявлению потребительских приоритетов, которая легла в основу модели продвижения бизнес-

образования вуза с поэтапными задачами и возможностью оценки результативности и эффективности каждого этапа.

Практическая значимость работы заключается в обоснованных рекомендациях по применению системного подхода при формировании программ маркетингового продвижения бизнес-образования с учетом мониторинга ключевых показателей эффективности и применением план-фактного анализа на каждом этапе прохождения потребителем пути к заключению сделки в условиях цифровой среды.

Работу отличает логическое построение, четкое определение цели, структурированные задачи исследования и грамотное представление основных выводов.

Результаты исследования Кулаковой Е.Ю. в целом, несомненно, заслуживают положительную оценку, но наряду с этим возникает пожелание автору: при проведении сегментации он использует возрастной принцип классификации (стр.14-15 автореферата), далее этот подход целесообразно было бы развить в виде рекомендаций по изменению продуктовых стратегий бизнес-образования с применением теории поколений.

Автореферат диссертации Кулаковой Е.Ю. свидетельствует о том, что выполненное исследование логично построено по структуре, содержательно целостно, является законченным, обладающим теоретической и практической ценностью, поэтому соискатель заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (10. Маркетинг).

Вице-президент Ассоциации бизнес-тренеров России,
практикующий бизнес-тренер,
системный интернет-маркетолог



Шукалова Екатерина Вячеславовна

101000, Россия, г. Москва, Чистопрудный бул., 5

kate@shukalova.ru

+7(985) 888 19 09

21.05.2025