

Рецензия

на выпускную квалификационную работу

студентки Железновой Ольги Викторовны

на тему: **Разработка маркетинговой стратегии образовательной организации**

В связи с усилением конкуренции на рынке образовательных услуг, сокращением бюджетного финансирования, изменением спроса со стороны работодателей, возникает необходимость в качественно ином поведении субъектов образовательной деятельности и переходе к активному позиционированию своих услуг. На фоне увеличения автономизации учреждений среднего профессионального образования возрастает потребность в грамотном использовании современного аппарата маркетинга, стратегического продвижения, формировании устойчивых каналов маркетинговых коммуникаций. В этом случае, разработка и внедрение маркетинговой стратегии позволит учреждениям среднего профессионального образования выйти на принципиально иной, качественно более высокий уровень развития для реализации своих потенциальных возможностей.

В этой связи актуальность исследования обусловлена необходимостью разработки маркетинговой стратегии, как механизма встраивания образовательной организации среднего профессионального образования в современный рынок образовательных услуг, с последующей переориентацией ее экономики от административно-командного типа к рыночным механизмам регулирования.

Магистрант четко формулирует цели и задачи исследования, которые в ходе выполнения выпускной квалификационной работы были выполнены в полном объеме.

Выпускная квалификационная работа включает в себя три взаимосвязанные главы, в полной мере отражающие содержание выбранной темы магистерского исследования.

Первая глава носит теоретический характер, содержит обзор и анализ трудов отечественных и зарубежных ученых в области маркетинга услуг в сфере образования, основ маркетингового управления деятельностью в профессиональном образовании, стратегического менеджмента образовательных организаций среднего профессионального образования. Рассмотрены: понятие стратегический маркетинг и маркетинговая стратегия в образовательной организации; концептуальные подходы в маркетинговом управлении образовательной организацией; сам процесс разработки маркетинговой стратегии образовательной организации и структурные компоненты маркетинговой среды, влияющие на конъюнктуру рынка образовательных услуг и маркетинговую стратегию.

Во второй главе проводится ситуационный анализ деятельности образовательной организации, в том числе анализ маркетинговой среды и системы управления образовательной организацией среднего профессионального образования на примере КГБПОУ «Енисейский педагогический колледж», осуществляется оценка угроз и возможностей на рынке образовательных услуг на основе PEST анализа. Проведен анализ конкурентной среды, который показал, что учебное заведение функционирует в условиях высокой конкуренции. Представлена маркетинговая стратегия образовательной организации среднего профессионального образования, с учётом территориального фактора и особенности рынка образовательных услуг.

В третьей главе автор определяет условия реализации маркетинговой стратегии образовательной организации среднего профессионального образования, обозначены критерии оценки её реализации и эффективности, проведен анализ результатов разработки и внедрения маркетинговой стратегии образовательной организации среднего профессионального образования.

Практическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в разработке маркетинговой стратегии для КГБПОУ «Енисейский педагогический колледж» с учётом маркетинговой среды образовательной организации. Определены оптимальные подходы к организации маркетинговой деятельности, в рамках которых осуществляется поиск решений основных проблем образовательного учреждения СПО, варианты решения проблем определяют набор механизмов, позволяющих достичь поставленных целей.

Достоинством рецензируемой работы является свободное владение автором теоретическим материалом, умение и способности организовывать, анализировать и интерпретировать результаты маркетинговые исследования, что позволяет сделать вывод о наличии у выпускника исследовательского навыка, умения грамотно проводить собственные изыскания и обобщать их результаты. Магистрант грамотно использовал инструменты ситуационного анализа (PEST-анализ внешней среды и SWOT-анализ внутренней среды); в проектировании/разработке маркетинговой стратегии продемонстрировано умение определять стратегические направления в маркетинговой деятельности образовательной организации, ставить стратегические цели, задачи; планировать и контролировать маркетинговую деятельность образовательного учреждения. Особое внимание магистрант уделил разработке системы оценки эффективности и результативности маркетинговой стратегии образовательной организации как инструмента повышения эффективности маркетинговой деятельности.

Магистерская диссертация выполнена на профессиональном уровне, материал систематизирован, обобщен, структурирован, проиллюстрирован схемами и диаграммами в достаточном объеме. Диссертация оформлена в полном соответствии с требованиями, предъявленными к работам подобного уровня.

Проведенное автором исследование основано на критическом обзоре достаточного количества трудов отечественных авторов, апробировано на примере КГБПОУ «Енисейский педагогический колледж», что подтверждает обоснованность результатов теоретических и методических выводов.

Вместе с тем, в качестве недостатка, необходимо отметить отсутствие расчетов по обоснованию перехода учебного заведения КГБПОУ «Енисейский педагогический колледж» на матричную организационную структуру управления. Отмеченный недостаток не снижает качества выполненной работы.

Представленная магистерская диссертация на тему: «Разработка маркетинговой стратегии образовательной организации» полностью соответствует требованиям ФГОС ПО по направлению 44.04.01 Педагогическое образование, может быть рекомендована к защите.

Работа заслуживает оценки **отлично**, автор достоин присвоения квалификации магистр.

Рецензент Рецензент: Поподько Галина Ивановна, д.э.н., доцент, ведущий сотрудник отдела прогнозирования экономического развития Красноярского края ИЭОПН СО РАН

Дата 13.12.2019

