

## **Рецензия на магистерскую диссертацию**

**Попковой Елены Сергеевны на тему:**

### **«Развитие маркетинговых умений специалистов организаций социального обслуживания»**

Работа Е.С. Попковой в настоящее время является актуальной и значительной. Автор справедливо определяет актуальность исследования, говоря о том, что в условиях растущей конкуренции предоставления социальных услуг важнейшими профессиональными качествами специалиста организаций социального обслуживания являются развитые маркетинговые умения.

Магистерская диссертация Е.С. Попковой включает введение, где четко сформулированы цели и задачи работы, определены структура и основное содержание исследования, две главы, заключение и весьма солидное приложение, знакомство с которым дает практически полное представление о содержании проведенного исследования.

Важно отметить логическую проработанность и структурированность работы, следует поощрить автора за творческий подход к выбору столь неисследованной, глубокой и важной темы. Вместе с тем, можно констатировать определенную сложность поставленной задачи, с которой автору удалось успешно справиться.

В первой главе работы Е.С. Попкова рассматривает теорию маркетинга применительно к специфике профессиональной деятельности в сфере социальной работы, перерабатывает ее и предлагает собственное определение маркетинговых умений специалиста организаций социального обслуживания, а также характеризует структуры этих умений.

Вторая глава представляет собой описание экспериментальной работы Е.С. Попковой. Весьма уместным стоит считать выделение разработанной методики изучения сформированности маркетинговых умений специалиста организаций социального обслуживания в отдельный параграф. Далее в главе представлен последовательно ход диагностической и формирующей частей эксперимента, выделены психолого-педагогические условия, способствующие развитию маркетинговых умений специалиста организаций социального обслуживания, подробно описан процесс предложенных мероприятий. Важным элемен-



том этой работы мы считаем то, что автору при проведении своей работы удалось привлечь в качестве супервизоров специалистов, у которых уровень маркетинговых умений выше, чем у остальных коллег. Система внутреннего обучения соотносится с тем, что обычно предлагает теория маркетинга, с учетом специфики исследуемого предмета.

В качестве одной из отличительных черт представленной работы можно отметить ее практическую ценность, многоаспектность анализа проблемы, полноту и глубину исследования рассматриваемых явлений, достаточную авторскую аргументацию, логичность структуры, четкость и последовательность в изложении материала.

Вместе с тем необходимо остановиться на некоторых дискуссионных вопросах магистерской диссертации.

1. Почему автор не работает с мотивационным компонентом, ограничиваясь только тем, что «супервизоры» обладают повышенной мотивацией к успеху в профессиональной деятельности? Для обучения рядовых сотрудников, у которых уровень развития маркетинговых умений ниже, этот компонент не важен?

2. Чем объясняются выбранные Е.С. Попковой методики исследования? Почему, например, в качестве ведущей выбрана методика «360 градусов», а не какая-либо другая, в том числе, среди перечисленных самим автором?

3. Насколько можно говорить о завершенности работы и о том, что специалисты организаций социального обслуживания сохраняют маркетинговые умения и смогут в дальнейшем в своей практической деятельности автономно их применять?

Высказанные замечания не снижают достоинства работы и не умаляют высокой оценки проделанной работы. Следует констатировать самостоятельный, профессиональный характер проведенного исследования, что позволяет признать работу Е.С. Попковой законченным научным исследованием, соответствующим требованиям, предъявляемым к магистерской диссертации. Автор отнеслась к работе самым серьезным образом, а потому заслуживает самой высокой оценки.

Рецензент: к.э.н., доцент кафедры  
экономики и управления

Подпись Т.А. Рудзитис заверяю

Начальник общего отдела Г.И. Москалина

КГПУ им. В.П. Астафьева

