



Федеральное агентство морского и речного транспорта
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МОРСКОЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АДМИРАЛА Ф.Ф. УШАКОВА»

пр. Ленина, 93, г. Новороссийск, Краснодарский край, 353918

Тел. (8617) 76-78-00, факс (8617) 71-75-25 web: www.nisma.ru, e-mail: mail@nsma.ru

ОКПО 01128015, ОГРН 1022302378670 ИНН/КПП 2315013840/231501001

от 02.10.2014 № 56-06-1139
на № _____ от _____

В диссертационный совет Д 800.009.02 на базе Автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина»

ОТЗЫВ

официального оппонента доктора педагогических наук Макашиной И.И. на диссертацию и автореферат Трегубовой Любови Борисовны «Развитие системы маркетинговых технологий в дополнительном педагогическом образовании», представленной на соискание ученой степени кандидата педагогических наук по специальности 13.00.08 – теория и методика профессионального образования (педагогические науки)

Любая система образования всегда связана с теми социально-экономическими условиями, в которых она существует. Постоянное развитие российского рынка образовательных услуг диктует необходимость поиска новых путей и способов представления образовательного продукта с учётом его сущности и специфики. Необходимость широкого использования вузом маркетинговой деятельности обуславливается и тем, что ни федеральный, ни региональный бюджеты в полном объеме не могут финансировать все затраты ВУЗов. Вузы вынуждены самостоятельно искать средства для своего развития. И в этой связи использование маркетингового инструментария, позволяющего выявить спрос на образовательную услугу и сформировать соответствующие образовательные программы, значительно расширяет возможности вуза.

Кроме того, маркетинговые технологии предоставляют и каждому субъекту в системе дополнительного образования возможность выбрать ту схему повышения своей квалификации, которая для него наиболее приемлема, с учётом его мотивов и способностей.

Диверсификация образовательных учреждений, высокие темпы развития современного общества, его динамизм обуславливают необходимость осуществлять постоянное повышение квалификации педагогов, как основных субъектов, обеспечивающих качественные преобразования личности в образовательном учреждении. И в этой связи диссертационное исследование «Развитие системы маркетинговых технологий в дополнительном педагогическом образовании» видится вполне актуальным.

Л.Б. Трегубова тщательно изучила проблему. Ко всем элементам аппарата исследования замечаний нет: проблема обозначена обоснованно, тема сформулирована четко, цель, объект, предмет и задачи исследовательской работы мотивированно определены. Методологические акценты расставлены правильно. Структура диссертации не вызывает возражений.

Диссертация содержит основательный теоретический материал, освещающий следующие аспекты:

- методологические принципы исследования и построения системы маркетинговых технологий дополнительного педагогического образования;
- маркетинговые технологии, их структуру, признаки и место в теории образования;
- способы использования маркетинговых технологий для выявления и удовлетворения образовательных потребностей педагогов;
- проблемы, возникающие в процессе реализации современных маркетинговых технологий в системе управления дополнительного педагогического образования.

В теоретической значимости особенно хотелось бы выделить:

- систематизацию имеющихся определений «маркетинговые технологии» в разных методологических подходах;

– обогащение теории профессионального образования разработкой и теоретическим обоснованием новых маркетинговых технологий в образовании;

– разработку и обоснование критериев ранжирования эффективности развития маркетинговых технологий в учреждении дополнительного педагогического образования.

Научная новизна полученных исследователем результатов состоит в эффективной адаптации существующих в экономике маркетинговых технологий к системе дополнительного педагогического образования. Конструирование на их базе новых образовательных маркетинговых технологий направлено на производство качественных образовательных услуг: от исследования профессиональных образовательных потребностей педагогов до создания образовательного продукта, способного полностью удовлетворять эти запросы.

Адаптация известных маркетинговых технологий (сегментации, нацеливания и др.) к решению проблем развития дополнительного педагогического образования представляется оправданной научной стратегией. Теоретический анализ маркетинговых технологий в образовательном учреждении доведён исследователем до стадии практического применения в работе образовательных учреждений. В частности, разработанная диссертантом система критериальной оценки уровня внедрения маркетинговых процедур в работу УДПО находится в русле современных тенденций оценивания деятельности образовательных организаций.

Заслуживает одобрения и разработанная автором модель развития маркетинговых технологий в дополнительном образовании педагогов. Представленные результаты апробации модели свидетельствуют, на наш взгляд, о возможности ее трансляции для образовательных организаций различных типов, свидетельствуют о верности выдвинутой гипотезы исследования. Автор убедительно доказывает, что высокое качество удовлетворения профессиональных запросов педагогов напрямую зависит от развитости системы применения маркетинговых технологий, уровня разработки модели и успешном ее внедрении в практику работы учреждения образования.

Практическая значимость исследования заключается в том, что организаторы системы дополнительного педагогического образования получили инструментарий по разработке и внедрению в деятельность образовательных учреждений комплекса технологий, обеспечивающих благоприятные условия развития этой системы. Более того, появилась возможность определить эффективность оказания образовательной услуги, уловить общую тенденцию спроса педагогов на образовательные услуги, понять пути и способы адекватного удовлетворения этих запросов.

Проведённое автором исследование позволяет говорить о масштабности эксперимента, тщательной проработке концептуальных основ маркетинга образования, системы управления дополнительным образованием педагогов. Вызывает уважение позиция диссертанта, который взялся за решение данной проблемы в сложный период развития рыночных отношений, ранее не свойственных нашему образованию, затронув при этом один из важнейших его участков – дополнительное (постдипломное) образование педагогов в современных условиях.

В работе использованы математические и маркетинговые методы исследования педагогического процесса (коэффициент качества), представлены формулы достоверного вычисления результата. Это повышает научность и значимость исследования, дает возможность широкого применения данных методов в других сферах образования.

Положения, выносимые автором на защиту, представляются нам достаточно обоснованными. Достоверность результатов сомнений не вызывает и масштаб их внедрения удовлетворяет нормам, предъявленным к кандидатским диссертациям.

Убеждает обширный список опубликованных работ по теме (23), что говорит о фундаментальном подходе к решению поставленных проблем.

Л.Б. Трегубова умело структурирует свою работу, которая по своему объему и оформлению отвечает сложившимся традициям. Диссертация построена по четкой логической схеме и легко читается. Автором рассмотрен большой объем источников, позволяющих проникнуть в суть явления, понять и объяснить его.

Значимость темы диссертационного исследования, избранного Л.Б. Трегубовой, очевидна.

Результаты работы проанализированы, обобщены и представлены в диссертации диаграммами, рисунками и качественным анализом. Сравнительный анализ показателей констатирующего и формирующего эксперимента позволяет сделать вывод о том, что цель исследования достигнута и поставленные задачи решены.

Отдельно, считаем необходимым отметить, что автореферат соответствует основному содержанию диссертации. Автореферат написан грамотно, логично, основные положения исследования нашли свое отражение.

Однако наряду с общим положительным впечатлением от работы, на наш взгляд, следовало бы выяснить некоторые вопросы, возникшие в ходе ознакомления с выполненным исследованием:

1. Трудно согласиться с автором исследования в том, что вопрос маркетинга и маркетинговых технологий в образовании, в том числе, в дополнительном педагогическом, изучен мало. Есть довольно большое количество исследований по этой теме. Хотелось бы услышать, каких авторов изучал исследователь по этой проблеме.

2. На стр. 134-135 диссертации при описании модели отмечено «Можно отметить уровни сопровождения, предусматриваемые нашей моделью: индивидуальное; групповое; на уровне ОУ». Но в самой модели эти уровни не обозначены. Поясните, почему?

3. На стр. 74 диссертации Вы пишете: «Таким образом, мы определяем понятие концепции построения и развития системы маркетинговых технологий, соответствующее нашему исследованию, как систему взглядов или способ понимания, конструктивный принцип построения процессов маркетинговой деятельности в образовательном учреждении дополнительного педагогического образования». Такое определение представляется не совсем корректным, т.к. понятие «концепция» более широкое по своему содержанию.

Разъясните свою точку зрения.

Несмотря на возникшие вопросы и уточнения, мы считаем, что они не снижают общего положительного впечатления от представленного исследования и не влияют на его высокую оценку.

Диссертация Трегубовой Любови Борисовны на тему «Развитие маркетинговых технологий в дополнительном педагогическом образовании» является самостоятельным законченным научным исследованием, имеет высокую практическую, теоретическую и научную значимость и вносит существенный вклад в теорию и методику профессионального образования педагогов. Работа полностью соответствует требованиям п.9 Положения о порядке присуждения ученых степеней, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор, Трегубова Любовь Борисовна, заслуживает присуждения искомой ученой степени кандидата педагогических наук по специальности 13.00.08. теория и методика профессионального образования (педагогические науки).

Официальный оппонент

Макашина Ирина Илхамовна

доктор педагогических наук,

доцент, профессор кафедры иностранных языков,

директор центра международного образования.

ФГБОУ ВО «Государственный морской университет имени адмирала Ф.Ф.Ушакова».

Домашний адрес: 353905 Краснодарский край.

г.Новороссийск, ул. Серова 14, кв.33

e-mail: irmak@inbox.ru

тел. +7918 48 41 625

Макашина

Подпись *И. И. Макашиной*

УДОСТОВЕРЯЮ

Смирнов

А.Е. Смирнов

02.10.2014г.



ВХ. № 101/11-37
ОТ 03.10.2014