

ФГБОУ «Тюменский государственный нефтегазовый университет»  
филиал в г. Тобольске

**Наименование учебного заведения, его адрес, телефоны**

626150, г. Тобольск, зона вузов, д. 5  
тел. (83456) 255926 (220) факс (83456) 255920  
e-mail: [egorovagi@list.ru](mailto:egorovagi@list.ru)

---

**ОТЗЫВ**

д.п.н., профессора Егоровой Г.И. на автореферат диссертации  
Трегубовой Любови Борисовны

на тему «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)»

**Актуальность исследования**

Согласно принятой правительством России Концепции модернизации образования на период до 2020 года предстоит существенное изменение его содержания и структуры в соответствии с современными потребностями личности и общества. В новых условиях существенно изменяется спрос на услуги и продукцию образовательного учреждения, появление конкуренции со стороны новых производителей таких же услуг, объективно приводит к необходимости использования новых методов, технологий, позволяющих учебным заведениям дополнительного образования не только с наименьшими потерями адаптироваться к новым рыночным условиям, но и выходить на новый уровень развития. Следует отметить, что в рыночных условиях развития системы образования в стране требуется применения экономических методов, одним из которых является маркетинг сферы образовательных услуг, что доказывает актуальность и научную значимость диссертационного исследования Трегубовой Л.Б. Данное высказывание представляется оправданным и своевременным исследовательским ходом по ряду причин: во - первых, оно способно повысить эффективность современных учреждений дополнительного педагогического образования (УДПО) без привлечения значительных капитальных вложений в сферу образования; во – вторых, изучение новых возможностей и средств развития УДПО не вызывает сомнения.

Безусловным достоинством диссертационного исследования является тот факт, что Л.Б. Трегубова разрабатывает теоретические положения, проводит методологическое, концептуальное обоснование по использованию комплекса современных маркетинговых технологий в системе дополнительного образования, обеспечивающих его качественное развитие.

Исследование Л.Б. Трегубовой имеет большую теоретическую, практическую значимость, обогащают педагогическую науку в области Теории и методики профессионального образования. Раскрывая важную для педагогической науки проблематику, диссертант, как видно из автореферата, отчетливо строит своё исследование на междисциплинарном подходе, позволяющим системно рассматривать процессы, характерные для организации сферы дополнительного образования.

#### **Основные научные результаты и их значимость для науки.**

Основные научные результаты, полученные автором:

1. Выявлены «узкие места» современных УДПО в организации дополнительного образования педагогических кадров, в том числе: слабое знание руководителями УДПО возможностей современных маркетинговых технологий, незнание руководителями УДПО сложившихся запросов населения в области дополнительного образования, работа учреждений без учета конъюнктуры рынка образования и др.

2. На основе анализа современных маркетинговых технологий сделаны предложения по их адаптации к условиям образовательного процесса. Особое внимание уделено компетенции педагога, «обновляемой» в результате получения дополнительного образования.

3. Предложен новый подход к управлению образовательным процессом с помощью маркетинговых технологий, учитывающих ситуацию, складывающуюся на рынке образовательных услуг региона.

#### **Практическое значение выполненной диссертации**

Обоснована система маркетинговых технологий (модель развития) в современных УДПО. Комплекс маркетинговых технологий внедрен в деятельность образовательного учреждения. Опыт автора по разработке и внедрению методов маркетинга в области образования доведен до сведения руководителей образовательных учреждений Ленинградской области.

#### **Рекомендации по использованию результатов и выводов работы**

Исследование, выполненное Трегубовой Л.Б., может быть рекомендовано для ознакомления руководителей УДПО с целью привлечения их внимания к конкретным возможностям маркетинговых технологий в области дополнительного образования взрослых. Считаю целесообразным продолжить работу по разработке методик внедрения и применения маркетинговых методик в области дополнительного образования взрослых. Предложения автора могут быть рекомендованы для внедрения в другие образовательные учреждения – ВУЗы. В частности, предложенная модель при условии доработки является интересным методическим материалом, способным повысить наглядность современных курсов образовательного менеджмента.

К научным проблемам, выявленным автором, можно отнести несоответствие между концептуальными основами известных технологий маркетинга (сегментирования, нацеливания, позиционирования и др.), изначально разработанным для продвижения товаров и услуг, и предметным полем дополнительного образования взрослых (специфические потребности в дополнительном образовании, неготовность руководителей воспринимать «внепедагогические методы» и т.д.).

Наконец, отдельно стоит выделить проблемы распространения передового педагогического опыта. Как организовать технологию его распространения? Этот и другие вопросы такого сорта, затронутые диссертантом, составляют интерес с позиций развития системы УДПО.

Обобщая обширный материал, автор исследования формулирует главные в методологическом отношении позиции, касающиеся сущности процесса внедрения и применения маркетинговых методик в области дополнительного образования взрослых.

Итоги проведенного исследования, а также внедрение его результатов в практику развивающейся системы профессионального образования показали его актуальность и практическую значимость. Тем не менее, хотелось бы отметить некоторые пожелания, замечания.

**Общие замечания:**

Позволим сделать следующие замечание и пожелания.

1. Проводя теоретический анализ проблемы, автор исследования перечисляет работы в области маркетинга дополнительного образования (Т.В. Анджaparидзе, Е.А. Ганаева, А.Н. Музалевская и др.), но при этом не уточняет, кто из ученых вносит наибольший вклад в решение исследуемой диссертационной проблемы.

2. Отмечая степень достоверности и обоснованности результатов проведенного научного исследования, хотелось бы уточнить позицию автора по вопросу понимания термина «маркетинговые технологии» с позиции различных подходов, в том числе компетентностного и маркетингового.

Названные замечания и пожелания ни в коей мере не умаляет значимость работы и ее целостности.

**Заключение**

Диссертация Л.Б. Трегубовой является научно-квалификационной работой, в которой развиты принципы и технологии организации маркетинга для целей развития учреждений дополнительного педагогического образования. Диссертационная работа соответствует требованиям п. 8 Положения о порядке присуждения ученых степеней, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор – Трегубова Любовь Борисовна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата педагогических наук по специальности 13.00.08 «Теория и методика профессионального образования (педагогические науки)».

Егорова Г.И. д.п.н., профессор,  
ФГБОУ «Тюменский государственный  
нефтегазовый университет» филиал в г. Тобольске

ВХ. № 10.1/11-42  
ОТ 09.10.2014



Подпись: Егорова Г.И.  
(Ф.И.О.)  
ПОДТВЕРЖДАЮ  
Исполнитель ОК ТИИ ТюмГНГУ  
И.И. Сидорова  
03.10.2014