**ОТЗЫВ**
**на автореферат диссертации Аюповой Венеры Казбековны «Организационно-педагогическое обеспечение брендинга образовательных услуг современного вуза», представленной на соискание ученой степени кандидата педагогических наук по специальности 13.00.08 – теория и методика профессионального образования**

Динамичное развитие управленческих технологий, вызванное в свою очередь усилением конкуренции во многих отраслях и сферах деятельности, включая систему высшего профессионального образования, обусловили актуальность темы настоящего исследования. Применение традиционных подходов уже не может служить гарантией конкурентоспособности вуза как производителя образовательных услуг, научных разработок и других продуктов. Образовательный брендинг сформировался и получил развитие в рамках социального подхода и представляет собой построение и управление корпоративными брендами образовательных учреждений.

В автореферате четко сформулированы проблема, объект, предмет, цель и задачи исследования, подробно раскрыто содержание основных положений, выносимых на защиту.

Научная новизна исследования заключается в том, что его результаты в своей совокупности содержат решение значимой научно-педагогической проблемы высшего профессионального образования – организационно-педагогического обеспечения брендинга образовательных услуг современного вуза, а именно:

1. Раскрыта сущность брендинга образовательных услуг современного вуза как деятельности коллектива вуза по созданию и продвижению бренда всех видов образовательных услуг, предоставляемых потребителю. Обоснована его специфика, заключающаяся в кластерной направленности результатов, зависимости от системы брендов в производственной и социальной сферах, бинарном характере бренда и бинарном принципе его построения.

2. Разработана система показателей оценки текущего и долгосрочного эффектов создания и продвижения образовательного бренда. Она включает в себя такие элементы, как субъективные показатели (внешние рецензии, конкурс в вуз, человеческий капитал), экономические показатели (риски – соотношение затрат и выгоды; вклад бренда в формирование прибыли).

3. Выявлены и систематизированы внешние и внутренние факторы, оказывающие влияние на процесс создания и продвижения образовательного бренда. К внешним факторам относятся факторы потребительского выбора (качество, трудоустройство, перспективность и комфорт), факторы, влияющие на качество бренда (условия позиционирования, особенности рынка образовательных услуг, финансирование бренда). К внутренним – факторы, обусловленные спецификой бренд-менеджмента (пролонгированность используемых данных, взаимодействие образовательного учреждения с другими субъектами продвижения бренда, периодичность анализа эффективности бренда), факторы, обусловленные особенностями образовательного процесса вуза

(социальная защищенность студентов, качество образовательных услуг, профессорско-преподавательский состав и др.).

4. Разработан организационно-педагогический механизм создания и продвижения бренда образовательных услуг, включающий целевую, организационную, процессуальную, контрольно-диагностическую компоненты.

Содержание автореферата позволяет судить о целенаправленном и поэтапном характере экспериментальной работы, проводимой на протяжении целого ряда лет.

Достоинством работы В. К. Аюповой можно считать также выбор и грамотное использование разнообразных методов научно-педагогического исследования, разработку организационно-педагогического механизма создания бренда образовательных услуг и алгоритма управления его продвижения.

В то же время в автореферате, на наш взгляд, недостаточно раскрыто содержание работы по формированию брендинга образовательных услуг современного вуза, а также содержание целевого, организационного, процессуального и контрольно-диагностического компонентов организационно-педагогического механизма создания и продвижения бренда образовательных услуг.

Однако это замечание не умаляет значение результатов научно-исследовательской работы автора, поскольку, судя по автореферату, представленные материалы удовлетворяют всем требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, имеют законченный и самостоятельный характер.

В целом автореферат дает достаточно полное представление о выполненном исследовании и полученных результатах, соответствует требованиям ВАК Минобразования и науки РФ, а Венера Казбековна Аюпова заслуживает присуждения ученой степени кандидата педагогических наук по специальности 13.00.08 – теория и методика профессионального образования.

Отзыв подготовлен кандидатом педагогических наук, доцентом кафедры педагогики И. Б. Буяновой.

Отзыв обсужден и утвержден на заседании кафедры педагогики ФГБОУ ВПО «Мордовский государственный педагогический институт им. М. Е. Евсевьева», протокол № 10 от 27 мая 2014 года.

Зав. кафедрой педагогики,
доктор педагогических наук, профессор,
проректор по научной работе
ФГБОУ ВПО «Мордовский государственный
педагогический институт им. М. Е. Евсевьева» Т. И. Шукшина

Почтовый адрес института:
430007, Республика Мордовия
г. Саранск, ул. Студенческая, 11а
Телефон: 8 (8342) 32-19-25
Телефакс: 8 (8342) 33-92-67
E-mail: mgpi@moris.ru
Web-site: http://www.mordgpi.ru/

«Подпись Т. И. Шукшиной
заверяю»
Ученый секретарь Ученого совета
Земляченко