# ОТЗЫВ

**на автореферат И.А. Дониной**
**«Концепция и маркетинговая стратегия развития школы как общеобразовательной организации»,**
**представленной на соискание ученой степени**
**доктора педагогических наук по специальности**
**13. 00. 01 – общая педагогика, история педагогики и образования**

Актуальность рассматриваемой в диссертации проблемы обусловлена динамичным развитием самостоятельного направления педагогики – образовательного маркетинга и как следствие - необходимость изучения потенциала образовательного маркетинга в развитии современной школы.

Автор убедительно доказала, что актуальность исследования связана с разрешением противоречий между: нарастающей нестабильностью и усилением вероятностностного характера изменений и вызовов внешней среды и отсутствием научно обоснованной концепции развития школы в рыночных условиях, гибко реагирующей на данные процессы; необходимостью научного обоснования нового статуса современной школы и отсутствием научных исследований, раскрывающих особенности стратегического управления развитием некоммерческой общеобразовательной организации; актуальностью исследования проблемы продуктивного взаимодействия некоммерческой общеобразовательной организации с потребителями образовательных услуг как специфического объекта стратегического управления и неразработанностью управленческих механизмов, обеспечивающих её решение; потребностью практики в определении стратегических ориентиров развития некоммерческой общеобразовательной организации в условиях конкурентной внешней среды и недостаточной изученностью в педагогической науке концепций маркетинга как возможного теоретического базиса для разработки инновационной стратегии современной школы.

Заслуживает внимания теоретическое обоснование автором сущности современной общеобразовательной организации как объекта полидисциплинарных исследований.

Научную новизну исследования представляет: теоретическое обоснование общеобразовательной организации как открытой компетентной организации, ориентированной на динамическое взаимодействие с внешней средой, адаптацию к происходящим в ней изменениям, интерактивную обратную связь; концептуально-методологическая основа становления школы общеобразовательной организацией, включающая теорию компетентной организации, теорию образовательного маркетинга и содержательную интеграцию маркетингового, персонифицированного и фасилитативного подходов; маркетинговая стратегия развития школы некоммерческой общеобразовательной организацией, концептуальную

основу которой составляют теория маркетинг-менеджмента и теория холистического маркетинга; сущность маркетинговой компетентности как интегративного критерия оценки эффективности развития школы как некоммерческой в территориальной образовательной системе.

Теоретическое значение имеет обоснованные автором сущностные характеристики понятия «некоммерческая общеобразовательная организация», как особого вида компетентной организации, ориентированной на социальный образовательный заказ личности, общества и государства по реализации основных и дополнительных образовательных программ общего образования и способной к преобразованию внутренней и внешней среды с целью создания образовательного продукта и обеспечения его востребованности на рынке образовательных услуг; концепция развития школы общеобразовательной организацией, которая может быть рассмотрена как теоретический базис формирования ее конкурентоспособности; концептуальные основания маркетинговой стратегии некоммерческой общеобразовательной организации, позволяющие обосновывать процесс прогнозирования её развития на основе концепции маркетинг–менеджмента и формирования маркетингового потенциала территориальной системы образования в контексте идей холистического маркетинга; периодизация процесса развития школы общеобразовательной организацией на основе критерия «ключевая компетенция организации», рассматриваемой как коллективное знание организации, создающее ценность и уникальность образовательных услуг для потребителя.

Практическая значимость исследования заключается в том, что разработанная автором маркетинговая стратегия развития школы как некоммерческой общеобразовательной организации, может быть использована в различных территориальных образовательных системах. Особую ценность для практики имеют: практические рекомендации по реализации маркетинговой стратегии развития школы как некоммерческой общеобразовательной организации, включающие программы внутриорганизационного обучения образовательному маркетингу, формированию организационной культуры школы, комплексному сопровождению маркетинговой деятельности, продвижению образовательных услуг и проведению рекламных и PR-кампаний, информационному сопровождению реализации маркетинговой стратегии общеобразовательными организациями Новгородской области; планы маркетинговых мероприятий, направленных на внутришкольное взаимодействие и взаимодействие с внешней средой общеобразовательной организации; предложения по реализации маркетингового комплекса в контексте маркетинговой стратегии развития школы как некоммерческой общеобразовательной организации и совершенствованию маркетинговой деятельности общеобразовательных организаций.

Автореферат диссертационного исследования мог быть полнее и нагляднее, если бы результаты исследования были представлены не только в описательном виде, но и наглядно с помощью таблиц, графиков и диаграмм.

В целом, как следует из содержания автореферата, диссертация Дониной И.А. «Концепция и маркетинговая стратегия развития школы как общеобразовательной организации», представленная на соискание ученой степени доктора педагогических наук полностью соответствует требованиям, предъявляемым к докторским диссертациям, установленным в п.9 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 года №842, а ее автор – Донина Ирина Александровна – заслуживает присуждения ученой степени доктора педагогических наук по специальности 13. 00.01 – общая педагогика, история педагогики и образования.

Декан факультета педагогики,
психологии и коммуникативистики,
ФГБОУ ВПО «Кубанского государственного
университета»,
доктор педагогических наук,
профессор В.М. Гребенникова

«06» апреля 2015г.

Гребенникова Вероника Михайловна, декан факультета педагогики, психологии и коммуникативистики ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный университет»
350000, г. Краснодар, ул. Ставропольская 149
8 (861) 219-95-01 vmgrebennikova@mail.ru

Подпись В.М. Гребенниковой заверяю
Начальник управления кадров