

ОТЗЫВ
на автореферат диссертации
Дониной Ирины Александровны
**«Концепция и маркетинговая стратегия развития школы
как общеобразовательной организации»**,
представленной на соискание учёной степени доктора педагогических наук
по специальности 13.00.01 – Общая педагогика, история педагогики и образования

Модернизация российского образования, изменение социально-экономических условий требует от общеобразовательных организаций поиска новых стратегий и векторов своего развития. Новый отраслевой Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» предоставляет общеобразовательным организациям дополнительные возможности в плане выбора таких стратегий с учетом их статуса как некоммерческих организаций.

Автор диссертации совершенно справедливо подчеркивает и актуализирует наличие проблемы повышения конкурентоспособности современной школы на рынке образовательных услуг, отмечает наличие целого ряда противоречий, препятствующих решению данной задачи.

Научная новизна выполненного исследования, содержащихся в нем положений и результатов, заключается в обосновании на основе теорий маркетинг – менеджмента и теории холистического маркетинга концептуальных положений и маркетинговой стратегии развития общеобразовательной организации с учетом особенностей внешней рыночной конкурентной среды; выдвижении критерия маркетинговой компетентности как основы для оценки эффективности развития школы как некоммерческой общеобразовательной организации в территориальной образовательной системе.

Теоретическая значимость работы, на наш взгляд, видится в расширении теоретических представлений о развитии школы в современных социально-экономических условиях; обогащении теории самоменеджмента образовательных систем; обосновании и трактовке через ряд подходов (маркетинговый, персонифицированный, фасилитативный) понятия «маркетинговая стратегия некоммерческой общеобразовательной организации»; выделении и характеристике исторических этапов развития школы как общеобразовательной организации.

Полученные в рамках диссертационного исследования результаты могут найти широкое применение в управлении современной школой, разработке стратегий и программ ее инновационного развития, в ходе обновления и совершенствования образовательного законодательства.

Представляемые автором результаты исследования, как следует из списка, приведенного в автореферате, нашли отражение в 64 опубликованных работах, в том числе в 3 монографиях и 21 научной статье в журналах, включенных в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, утвержденный ВАК МОиН РФ.

В качестве дискуссионного положения, по результатам знакомства с авторефератом диссертации Дониной И.А., хотели бы обратить внимание на то, что представляя

структурно маркетинговую компетентность только лишь через социально - личностный и организационно - управленческий компоненты (компетенции), автор несколько принижает роль и значение педагогической составляющей.

Судя по содержанию автореферата, диссертационное исследование «Концепция и маркетинговая стратегия развития школы как общеобразовательной организации» соответствует требованиям «Положения о порядке присуждения учёных степеней», утверждённого Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.13 г. № 842, а его автор, Ирина Александровна Донина, заслуживает присуждения искомой учёной степени доктора педагогических наук по специальности 13.00.01 Общая педагогика, история педагогики и образования.

Ректор Государственного автономного образовательного учреждения дополнительного профессионального образования «Ленинградский областной институт развития образования»,
доктор педагогических наук, заслуженный
учитель Российской Федерации, доцент

Ольга Владимировна Ковальчук

30 апреля 2015 г.



Почтовый адрес: 197136, г. Санкт-Петербург, Чкаловский пр., д.25-а литер А, тел. (812) 372 -50-39, e-mail: rector@loiro.ru