

РЕЦЕНЗИЯ

На дисертационния труд

МАСОВИ ОТКРИТИ ОНЛАЙН КУРСОВЕ КАТО ИНСТРУМЕНТ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА МАРКЕТИНГА НА УНИВЕРСИТЕТА

На Елена Георгиевна Заворина

За придобиване на образователната и научна степен „доктор“
Професионално направление 3.8. „Икономика“, докторска програма
„Световно стопанство и международни икономически отношения“

Научен ръководител: доц. д-р инж. мат. Мария Николова Брусева

Рецензент: професор д-р Емил Панушев

Основание за представяне на рецензията: заповед 431/28.06.2021 на Ректора на ВСУ „Черноризец Храбър“ за участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд.

Елена Георгиевна Заворина е завършила Коломенския педагогически институт и Московския държавен открит педагогически университет. Работила е в корабна компания в Гърция, преподавател по английски език в Монголия, компанията Билайн/Интел. Понастоящем е преподавател в Руския икономически университет „Г.В.Плеханов“ и в Руската академия за народно стопанство и държавната служба при Президента на Руската федерация.

Дисертационният труд е с общ обем 215 страници и включва 4 приложения, 14 таблици и 12 фигури. Разработката е организирана във въведение, три глави, заключение, библиография и приложения. Използваните литературни източници включват 172 заглавия, от които 58 на руски език и 114 на английски език.

Елена Георгиевна Заборина се обучава в докторска програма „Световно стопанство и международни икономически отношения“ в самостоятелна форма на подготовка в катедра “Икономика”, Факултет „Международна икономика и администрация“ на ВСУ „Черноризец Храбър“.

Представеният дисертационен труд е посветен на съвременни аспекти на международния маркетинг на образователни услуги. Разработката е организирана в класическа структура – увод, три глави, заключение и списък на използваната литература. Структурата е балансирана и отговаря на замисъла на докторантката.

В уводната част са дефинирани ясно целите и задачите на дисертационния труд свързани с анализа на масовите открити онлайн курсове, определяне на тяхното място в съвременната образователна система и възможностите за тяхното прилагане в Русия. Представени са хипотезите на изследването и ограниченията, които са поставени.

Дисертационният труд е разработен на основата на съвременните постулати на маркетинга и неговото приложение на пазара на образователни услуги. Дефинирани са неприсъствените форми на обучение и мястото на масовите открити онлайн курсове в тяхната реализация. Представени са виждания за разработването на тези образователни продукти в университетите в Русия и с подходящо разработени анкети е осъществен маркетингов анализ за приложението на масовите открити онлайн курсове. В заключението са обобщени основните изводи от отделните глави и резултатите от дисертационния труд.

АКТУАЛНОСТ И ЗНАЧИМОСТ

Актуалността на изследването произтича от широкото разпространение на онлайн формите на обучение, които дават

възможност на желаещите да развиват своите квалификационни потребности да получават образователни услуги от водещи световни университети. Концепцията на тези курсове предоставя възможност за разработване на маркетингови стратегии, които да адаптират университетите към новата образователна среда. Наред с това тази форма на образование позволява да се представя качеството на университетите и подкрепя тяхното място на пазара на образователни услуги.

Предвид разнообразието от университети в Русия изследването обхваща в сравнителен план петте най големи международни платформи на масови открити онлайн курсове – Coursera, edX, Udacity, Udemu, FutureLearn, и три руски платформи – Универсариум, „Отворено образование“ и Интуит). Анализът на маркетинговите възможности е осъществен за големи руски университети с академичен потенциал, които не са лидери на образователния пазар и нямат голям опит в участието в такива форми на обучение.

Методиката на изследването включва идентифицирането и изучаването на основните тенденции в развитието на висшето образование и тяхното въздействие върху стратегиите на университетите. Проучени са бизнес моделите и конкурентоспособността на съществуващите платформи масови открити онлайн курсове. Формулирани са оценки за потенциала и възможностите на такива курсове за популяризиране на руските университети се основава на проучване на наличните данни с помощта на инструменти за стратегически маркетингов анализ. Идентифицирани са перспективни сегменти за избор на стратегия за популяризиране на университет и е разработен модел на маркетингов микс, който описва и уточнява

изискванията за популяризиране на програми на руски университети с платформи на масови открити онлайн курсове.

НАУЧНИ И НАУЧНО-ПРИЛОЖНИ РЕЗУЛТАТИ

Представеният дисертационен труд е посветен на научно приложни аспекти на разработването и предлагането на масови открити онлайн курсове в практиката на водещи университети и възможности за прилагането на тази форма на обучение в руските университети. Докторантката е подбрала определени теоретични и методологични подходи на съвременния маркетинг и е анализирала възможностите за използването на масовите открити онлайн курсове за предлагане на образователния продукт на университети в Русия. За целта концептуалния подход е допълнен с онлайн анкетно проучване на потребители и преподаватели. На база резултатите от изследването са формулирани изводи и оценки за поведението на университетите на пазара на образователни услуги. Техният приносен характер може да се систематизира в следните направления:

- Систематизирани са теоретични концепции на модерния маркетинг, приложими за съвременния пазар на образователни продукти. Анализирани са постиженията на водещи образователни платформи като са изведени възможности за тяхното приложение в предлагането на онлайн образователни продукти. Тези постижения могат да се определят като „доразвиване и допълване на съществуващо знание“.
- В дисертационния труд са представени бизнес моделите на двете форми на онлайн образование – дистанционно и електронно обучение. Изведено е тяхното място в маркетинга на образователните услуги. Разработена е концепцията за масовите открити онлайн курсове като съвременен бизнес

модел за обучение и приобщаване на студентите от съществуващите степени на висше образование. Тези резултати могат да се определят като „систематизиране и допълване на съществуващо знание“.

- Осъществен е маркетингов анализ на масовите открити онлайн курсове. Изследвана е организацията и приложението на най-големите световни платформи, предлагащи такива курсове и са формулирани изводи за тяхната ефективност и конкурентоспособност. Представени са спецификите на руските платформи, предлагащи масови открити онлайн курсове и техните възможности за стимулиране на развитието на университета. Тези резултати могат да се определят като „систематизиране и допълване на съществуващо знание“.
- На основата на досегашните резултатите от приложението на тези образователни продукти се предлага маркетингов модел на масов открит онлайн курс, който да насърчава развитието и предлагането на такива обучителни услуги от университета. Подробно са представени елементите и изискванията към модела и е разработена анкета за студенти и преподаватели, с която се оценяват качествата на курса и отношението на потребителите към неговото предлагане. Тези резултати имат конкретен научно-приложен характер.

Така представените научно-приложни приноси са дело на докторантката и показват нейната теоретична подготовка и задълбоченост в интерпретирането на данни за функционирането на образователните открити онлайн курсове.

Представените публикации – статии в научни списания – съдържат съществени части от научните изследвания на автора, които са

представени в дисертацията. Предвид актуалността на изследваните проблеми би било полезно апробирането на тезите на автора на международни научни форуми. Тези анализи и научно-приложни изводи са предпоставка за практическо приложение на резултатите в дисертационния труд.

ОЦЕНКА НА АВТОРЕФЕРАТА

В автореферата на дисертационния труд, с обем от 38 страници, са разработени основните компоненти на подхода на автора към изследването – актуалност и значимост, обект и предмет на изследването, обхват на изследването, изследователски проблем, цели и задачи, авторски тези, методология на изследването, ограничения на изследването. Подробно е представена структурата и резултатите от изследването като в изложението са включени и разработените от докторантката онлайн анкети, както и резултати от тях. Справката за приносите отразява вижданията на автора за новостите в изследваната област, които са от значение за маркетинговата политика на университетите в Русия. Включеният списък с публикации представят на резултатите от дисертационния труд в авторитетни периодични издания.

КРИТИЧНИ БЕЛЕЖКИ И ПРЕПОРЪКИ

Към рецензирания дисертационен труд могат да бъдат отправени и критични бележки с оглед бъдещи разработки и насочване към определени виждания.

На първо място, би могло да се представи виждане за определяне профила на масовите открити онлайн курсове като резултат от образователния профил на университета. Това би засилило позициите на такива курсове на образователния пазар.

На второ място, предвид скромните резултати от анкетата възниква въпроса свързва ли автора интереса към анкетата с качеството на образователния продукт?

И на трето място, може ли да се твърди, че отношението на преподавателите към масовите открити онлайн курсова е дефинирано от техните научни виждания и изследователски интерес?

Посочените критични бележки и препоръки не намаляват качеството и количеството на получените резултати и приноси.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Дисертационният труд **МАСОВИ ОТКРИТИ ОНЛАЙН КУРСОВЕ КАТО ИНСТРУМЕНТ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА МАРКЕТИНГА НА УНИВЕРСИТЕТА** е посветен на важни теоретични и маркетингови подходи за подобряване мястото на университета в международното образователно пространство. Разработката притежава необходимите научни и научно-приложни приноси, поради което препоръчвам на Уважаемото научно жури да присъди на Елена Георгиевна Заворина образователната и научната степен „доктор“ по професионално направление 3.8. „Икономика“, докторска програма „Световно стопанство и международни икономически отношения“.

20.11.2021 г.

Гр. Варна

Рецензент:

/Проф. д-р Емил Панушев/