

# СТАНОВИЩЕ

от доц. д-р **Виржиния Живкова Иванова**

**Варненски свободен университет „Черноризец Храбър”,  
Катедра „Икономика”**

**Относно:** дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор” в професионално направление 3.8 „Икономика”, докторска програма „Световно стопанство и международни икономически отношения“.

**Автор на дисертационния труд:** Елена Георгиевна Заборина докторант към катедра „Икономика”, при Варненски свободен университет „Черноризец Храбър”, докторска програма „Световно стопанство и МИО”, професионално направление 3.8. „Икономика”

**Тема на дисертационния труд** – Масови открити онлайн курсове като инструмент за управление на маркетинга на университетите.

**Основание за представяне на становището:** участие в състава на научно жури, съгласно заповед № 431 от 28.06.2021 г. на Ректора на Варненски свободен университет „Черноризец Храбър”.

## **I. Общо представяне на дисертационния труд.**

Дисертационен труд се състои от въведение, три глави и заключение, с общ обем 215 страници, 14 таблици, 4 приложения и 12 фигури. Използваните литературни източници включват 172 наименования, включително 114 на английски език, както и на руски език и показват задълбочено проучване на авторката от теоретична и практическа гледна точка.

Съдържанието на отделните глави е равномерно разпределено в под параграфи и следват така, избраното заглавие и област на разработване на дисертационния труд,

Не се установяват отклонения от нормите на научната и професионалната етика.

Авторефератът е изготвен съгласно изискванията и отразява основните части на дисертационния труд, приносите, изводите и обобщенията, както и публикациите на авторката.

## **II. Преценка на форма и съдържание на дисертационния труд.**

Дисертационния труд е посветен на актуален проблем, а именно използването на масови онлайн, отворени курсове, които позволяват

международно сътрудничество между университетите и в същото време силна конкуренция между тях, предвид дигитализацията и различните онлайн платформи за университетски обучения. Предвид глобалната конкуренция, масовите открити онлайн курсове са добра основа за международно сътрудничество с университетите и предлагане на гъвкави форми на образователни продукти и услуги в дигитална среда.

Още от увода става ясно, че докторантката е направила задълбочено изследване, проучила е литературата, новостите, публикациите по тази тема в страната и чужбина, и представя, че анализирания от нея научен проблем има възможности за научни и приложни приноси, които са доказани.

Формулирала е обекта, предмета и целта на изследване в дисертационния труд. На база на това е извела и задачите за постигане на целта. Изследването обхваща петте най-големи международни платформи за масови, онлайн отворени курсове (Coursera, edX, Udacity, Udemy, FutureLearn) и три руски платформи (Универсариум, „Отворено образование“, Интуит), както и други.

В дисертационния труд се защитава общата хипотеза, че успешното развитие на масови онлайн отворени курсове, технологиите и глобалните онлайн образователни платформи, предлагащи програми на водещи университети безплатно или на ниски цени, е не само конкурентна заплаха за руските университети, но и пазарна възможност за тяхното развитие и промоция. На тази база авторката намира отговор на шест зададени въпроса, които доказва с изследването си.

Ясно и обстойно са представени целта и задачите за постигане а целта в дисертационния труд.

Много добре са представени и защитаваните автори тези, а именно:

1. Ключови тенденции в съвременното висше образование включват глобален растеж в търсенето, глобализация, нарастващо значение на образованието през целия живот, информатизация, нарастващо разнообразие на потребителите, дисбаланс на частните и обществените интереси. Тези тенденции променят качествено пазарната ситуация за повечето университети, увеличават обема и диференциацията на пазара, като изостряват конкуренцията, увеличават неравенството на възможностите между университетите, създават нужда и възможност за създаване на нови видове образователни продукти.

2. Световни и регионални тенденции във висшето образование представляват едновременно предизвикателство и възможност за руските университети. Основните стратегически проблеми включват глобално нарастване на конкуренцията и ниска конкурентоспособност, по-сложна пазарна структура и увеличаване на значението на ефективното управление и маркетинг, липса на фокус върху клиентите и предприемачески компетенции, необходимост от трансформиране на образователните модели и практики в съответствие с променящата се структура на нуждите.

Основните стратегически възможности са да се увеличи достъпността на световния пазар и нови платежоспособни сегменти, наличието на технологични възможности за развитие на иновативни образователни модели и автоматизация на ключови процеси.

3. Концепцията за масивни отворени онлайн курсове отразява в най-голяма степен основните тенденции на пазара на висше образование и създава потенциални стратегически възможности за руските университети. масови, онлайн отговорени курсове са основата на новите образователни и бизнес модели на съвременното висше образование, влияещи, наред с други неща, на трансформацията на стратегиите на традиционните университети. В основата на стратегическите възможности, представени от масови, онлайн отговорени курсове за университетите, е необходимостта от сътрудничество между различни фактори, за да се осигури общ успех. За разлика от традиционния модел на университетско образование, моделите, базирани на масови, онлайн отговорени курсове, предполагат отказ от двустранно взаимодействие (университет - потребител) в полза на многостранността. Образователните модели на масови, онлайн отговорени курсове се основават на участието на много университети и други доставчици на контент, потребители, както и технологични и организационни посредници, предимно платформата, която осигурява образователното пространство, и модераторите на образователния процес.

4. Многостранно сътрудничество предоставя възможности за бизнес модели като freemium и други, които са безплатни или на ниска цена за крайния потребител. За университет такива модели предоставят възможности за използване на масови, онлайн отговорени курсове за повишаване на осведомеността за марката и насърчаване на платени услуги сред целевите групи.

5. Най-големите международни и руски платформи масови, онлайн отговорени курсове използват различни бизнес модели и предоставят различни възможности за сътрудничество и маркетингова промоция на руските университети. Според набор от критерии (пазарно покритие, условия на сътрудничество, партньорска мрежа, функционалност и т.н.), най-предпочитаният вариант за руските университети е Coursera.

6. Възможностите за използване на масови, онлайн отговорени курсове за руските университети са свързани предимно със следните целеви сегменти: неформални програми за продължаващо образование, бакалавърска степен за хора без висше образование, второ висше образование за бакалаври и професионалисти, официално допълнително образование за професионалисти и преподаватели.

7. Маркетинговата промоция на университетите и индивидуалните програми чрез масови, онлайн отговорени курсове е възможна със значителна адаптация на маркетинговия микс въз основа на избора на пет категории инструменти: продукт (структура и качество на курса,

позициониране и др.), хора (роли и компетенции), цена (цена, комуникация с офлайн програми), организация на достъпа (избор на платформа, адаптация, алтернативни канали за взаимодействие), промоция (реклама, маркетингови комуникации в рамките на курса, интеграция с маркетинга на университета).

Подробно е представена методологията на изследването, оценката на потенциала и възможностите на масови, онлайн отговорени курсове като средство за популяризиране на руските университети се основава на проучване на наличните данни с помощта на инструменти за стратегически маркетингов анализ (матрица „Потребители - продукти“, SWOT анализ, анализ на конкуренцията), както и маркетинг микс модел, който действа като аналитична основа, изучаваща условията и изискванията за маркетингова промоция на университетите. Ясно са описани и източниците, на които се базират емпиричното изследване.

Представени са коректно ограниченията в дисертационния труд.

Структурата на дисертационния труд включва три глави.

В първа глава подробно е проучена и анализирана теоретико-методологическата основа на съвременното висше образование, както и на особеностите на маркетинговите дейности в тази област.

Във втората глава се описва и анализира развитието на дистанционното и електронното обучение, ключовите проблеми и ограничения, поради което те дълго време остават маргинални или спомагателни форми на образователна дейност.

Трета глава е посветена на авторово емпирично изследване с анкетно проучване на отношението на университетските преподаватели и студенти към масови, онлайн отговорени курсове за дигитално обучение ; практическото заключение от резултатите от изследването е, че руските университети не могат да игнорират масови, онлайн отговорени курсове и трябва да ги вземат предвид при разработването на своите образователни модели и маркетингови стратегии. Също така са анализират подробно най-големите международни и руски онлайн платформи: Coursera, edX, Udacity, Future Learn, Udemy, Отворено образование, Универсариум, Интуит и други.

В заключението на дисертационния труд са формулирани основните изводи относно въздействието на масови, онлайн отговорени курсове върху стратегиите и възможностите на традиционните университети:

Давам положителна оценка за формата и съдържанието на дисертационния труд, методологията на изследването и подробните приложения и статистически проучвания.

**III. Научни и научно-приложни приноси на дисертационното изследване.**

Справката за приносите отразява коректно получените резултати от изследването с теоретичен, научно-приложен, методологичен и практически характер с общ брой 5,а именно:

1. Показана е ролята на масовите онлайн отворени курсове като образователен модел, който съответстват на основните тенденции в развитието на висшето образование и променят стратегическото положение на традиционните университети в международен аспект.
2. Анализирани са перспективите за интегриране на масовите отворени онлайн курсове в традиционната система на висшето образование.
3. Определени са конкурентните предимства и ограничения на най-големите платформи на масовите онлайн отворени курсове от гледна точка на възможностите за маркетингова промоция на руските университети.
4. Разработен е модел на маркетингов микс, адаптиран за целите на маркетинговото популяризиране на образователните услуги на университета чрез масовите онлайн отворени курсове.
5. Формулирани са изисквания за стратегията и инструментите за маркетингово популяризиране на образователните услуги на руските университети чрез разработването на на масовите онлайн отворени курсове и тяхното разполагане на международни или руски платформи.

Като цяло научните и научно-приложни резултати и приноси на дисертационни труд са коректно и ясно представени, и не се отклоняват от темата и изследването на дисертационния труд. Те са приложими, и адаптирани към практиката на висшето образование, а новостите, разработения маркетингов микс и анализите от продевените маркетингови анкетни проучвания от авторката показват възможностите и ползите от масовите отворени онлайн курсове за популяризиране на образователните услуги на международно ниво.

Давам положителна оценка за изведените научни и научно-приложни приноси на дисертационния труд.

## **VI. Оценка на публикациите по дисертацията.**

Авторката представя 3 самостоятелни публикации и една съвместна които обхващат части на дисертационния труд. Публикации включват 4 статии, от които 1 на английски език и 3 на руски език.

Като цяло, публикациите са достатъчни и отговарят на темата и областта на дисертационния труд.

Давам положителна оценка за публикациите на докторантката

## **V. Оценка на автореферата.**

Авторефератът дава достатъчно пълна представа за структурата, целите, задачите, съдържанието, резултатите и приносните моменти от проведеното изследване.

Оценявам положително така, представения автореферат.

## **VI. Критични бележки, въпроси и препоръки по дисертационния труд.**

Нямам съществени критични бележки към дисертационния труд, а по-скоро градивни при следващи автори проучвания и анализи:

- удачно и полезно би било в дисертационния труд да присъстват списъци с използвани съкращения, списък на таблици, фигури и т.н.;
- В част от цитираната под линия не са посочени страниците на публикациите в списания, броя на публикацията, номер на изданието и др..

Препоръчвам на докторантката да задълбочи и популяризира получените резултати в различни национални и международни научни изяви, статии, монография, публикации в Scopus или WoS. и др..

## **VII. Обобщена оценка на дисертационния труд и заключение.**

Представеният дисертационния труд отговаря на изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Р. България, Правилника за неговото прилагане Правилника за организацията и провеждането на конкурси за придобиване на научни степени и за заемане на академични длъжности във Варненски свободен университет „Черноризец Храбър“.

Това ми дава основание да дам положителна оценка на дисертационния труд и да предложа на уважаемите членове на Научното жури да гласуват за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по докторска програма „Световно стопанство и международни икономически отношения“ на Елена Георгиевна Заворина.

14.07.2021 г.

Изготвил становището:

Гр.Варна

(доц. д-р Виржиния Иванова)