

РЕЦЕНЗИЯ НА СТАТЬЮ

Автор Ивукина Е.С.

Название статьи Имидж как атрибутивная составляющая бренда университета

1. Актуальность темы

Статья полностью соответствует тематике журнала. В современных условиях конкуренция между университетами в современных условиях вышла на глобальный уровень и отличается высоким уровнем конкуренции за распределение контрольных цифр приема (бюджетных мест), за абитуриентов, готовых обучаться на договорной основе, за привлечение высококвалифицированных кадров, за привлечение дополнительных средств из различных источников. Поэтому перед каждым вузом стоит выбор оптимальной конкурентной стратегии в условиях реформирования системы высшего образования и необходимости развития кадрового потенциала экономики, ориентированной на инновационный путь развития.

2. Научная новизна, значимость работы

Теоретическая значимость результатов исследования состоит в рассмотрении того, что каждый вуз, независимо от того, к какому типу он относится, имеет определенный имидж у потребителей образовательных услуг. Этот имидж обусловлен широким спектром объективных и субъективных факторов, критериев и показателей деятельности учебного заведения, которые в своей совокупности характеризуют бренд вуза.

3. Логичность и последовательность изложения материала

Стиль изложения материала четкий и последовательный, что свидетельствует о компетентности автора в исследуемом вопросе.

4. Проведение анализа по заявленной проблематике

В статье в результате обзорного исследования было выявлено, что имидж создает специфические конкурентные преимущества и дополнительные нематериальные, неосязаемые ценности в форме репутации, имени, узнаваемой марки, позитивного образа надежного учреждения, способного дать студенту достаточные знания для успешной карьеры, перспективного научного партнера для сотрудничества в сфере инновационного развития экономических субъектов.

5. Статистическая обработка материалов (эксперимент)

Основное внимание в работе акцентировано на факте отсутствия универсальной классификации составляющих (элементов) имиджа в научных трудах, посвященных данной проблеме.

6. Исполнение методов научного познания

