**РЕЦЕНЗИЯ**

 **на выпускную квалификационную работу обучающегося СПбГУ**

**Карповой Анфисы Владимировны по теме «Отношение к бренду университета как фактор лояльности студентов»**

Содержание выпускной квалификационной работы Карповой А.В. соответствует теме, которая заявлена в названии. Автор последовательно развивает модель лояльности студентов к университету с опорой на несколько концепций бренда, переосмысленных применительно к контексту маркетинга в сфере высшего образования.

Заявленная в названии тема исследования раскрыта достаточно подробно. Стоит отметить, тем не менее, что автор исследовал студентов только двух университетов Санкт-Петербурга. Кроме того, выборка ограничена по полу (только женщины) и профилям обучения (гуманитарные специальности). Это может указывать на границы применимости выводов исследования. С другой стороны, организация репрезентативной выборки для всех категорий ВУЗов России явно выходит за пределы возможностей студента и требований к выпускным квалификационным работам.

Структура выпускной квалификационной работы Карповой А.В. включает в себя все необходимые разделы: титульный лист, аннотацию (на русском и английском языке), - содержание, введение, обзор литературы по теме исследования, методы и организация исследования, результаты исследования и их обсуждение, выводы, заключение, список использованных источников, приложения. Структура ВКР обоснована задачами исследования.

Актуальность темы исследования обоснована, с одной стороны, практическими вызовами, с которыми в последние годы сталкиваются университеты не только в России, но и за рубежом – рост мобильности студентов, растущая роль негосударственного финансирования, усиление конкуренции на рынке высшего образования и вытекающее из этого повышение требований. С другой стороны, актуальность обосновывается необходимостью теоретической разработки и осмысления исследований ВУЗов как маркетинговых акторов, в том числе – в парадигме брендинга.

Обзор литературы включает в себя 91 источник, из них 71 – на английском языке. В основном, это публикации результатов эмпирических исследований в областях, соответствующих теме ВКР. Значительное количество проработанных автором статей опубликованы в последних пяти лет.

В целом, актуальные практические и теоретические проблемы, связанные с выбранной темой, отражены автором достаточно хорошо. Вместе с тем, работа дополнительно выиграла бы от более структурированного описания того, как именно была построена теоретическая модель, на базе которой выдвигаются гипотезы исследования и выстраивается процедура и методы их проверки.

Карпова А.В. выстраивает обоснование своих выводов последовательно и логично, с четкой привязкой к полученным результатам. Вместе с тем, положительное впечатление от работы могло бы дополнительно усилиться, если бы автор представил более развернутые психологические интерпретации этих выводов и результатов, опирающиеся на предложенную ею ранее теоретическую модель (а также на иные, альтернативные модели). Можно высказать замечания к оформлению некоторых ссылок на источники в перечне литературы. Не всегда соблюдаются требования к форматированию текста ВКР.

К сильным сторонам работы относится ее теоретическая обоснованность, прикладная значимость и актуальность для ситуации, в которой находятся университеты в современной России. Результаты и выводы из ВКР легко преобразуются в рекомендации для повышения репутации университетов среди перспективных абитуриентов. Научная новизна обосновывается использованием современной концептуализации университета как бренда, которая была разработана лишь недавно и была реализована в исследованиях в ограниченном наборе стран и контекстов. Анализ роли карьерных ориентаций студентов как фактора оценки университета представляется логичным и перспективным направлением.

Автором получен ряд интересных результатов. В частности, были выделены два компонента лояльности студентов к университету – готовность его рекомендовать и готовность поддерживать после выпуска, а также два компонента метафорической «личности» университета – «солидность» и «креативность». При этом для студентов, ориентированных на «вертикальную» карьеру, готовность оказывать организационную и даже финансовую поддержку обусловлена восприятием университета как креативной среды, в которой можно развивать собственные проекты, строить индивидуальную траекторию обучения в соответствии с представлением о будущей работе, и т.д. Кроме того, для этой категории студентов особенно важно заинтересованное, позитивное отношение преподавателей.

В целом выпускная аттестационная работа Карповой Анфисы Владимировны соответствует предъявляемым к ней требованиям и заслуживает оценки «отлично ».

«27» мая 2018 г. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ к.пед.н. Немчикова Л.А. *Подпись*