**Рецензия на дипломную работу по теме: "Маркетинговая стратегия школы" ученика 10 "Б" ГБОУ города Москвы Гимназия 1505 "Московская городская гимназия-лаборатория" Буслаева Никиты**

Дипломная работа Буслаева Никиты посвящена малоизученной, крайне скудно представленной в открытых источниках, однако, не просто актуальной, а жизненно важной для образовательных учреждений теме. Острота и востребованность данной темы сложными структурными преобразованиями всей системы среднего образования, исчезновением одних учреждения и укрупнением и переформатированием других. Надо отметить смелость автора, взявшегося за исследовательскую деятельность в наиболее спорной, многовариативной, очень личностной и даже слегка "скандальной" области - маркетинге.

Структура работы состоит из 2 глав, заключения, библиографии и приложений. Список литературы включает 15 источников. Объем работы 77 листов без учета библиографии и приложений.

Введение содержит обоснование актуальности, проблемы, разработанность темы, формулирование целей и задач в соответствии с темой. Цель исследования формулируется как "Разработка маркетинговой стратегии для СП "Пугачевская 6а" ГБОУ Гимназия 1505". Так же во Ведении сформулированы гипотезы исследования, описаны методы и методика.

В первой главе автор подробно разбирает понятие, виды, цели и функции маркетинга. Однако, слабостью теоретического обоснования работы является использования источников в основном датируемых 1991 - 2001 годом. Как верно замечает сам Буслаев Никита, маркетинг живая и активно изменяющаяся дисциплина. Поэтому временно лаг в 10-15 лет, не дает возможности использования актуального понятийного аппарата и лишает некой "объемности" взгляд на исследуемую проблему. Тем не менее, в рамках, заданных первой главой, прикладная часть обоснована. Принимая во внимание взятую за основу автором работы "классическую" концепцию Ф. Котлера и наложенные ограничения на определение "рынка", исследовательская часть работы отвечает заявленной цели.

Что касается результата работы - непосредственно "Маркетинговой стратегии" вызывают вопросы обоснованность дат, обозначенных реперными точками в "Маркетинговом плане".

Между тем, указанные замечания, не снижают общего впечатления от работы. Хотелось бы рекомендовать Буслаеву Никите продолжить заниматься данной темой, ознакомившись с работами других "гуру" маркетинга Дж. Траута, М. Портера, П. Друкера и тд. Рекомендуемая оценка:

Дзанидаки В.В.

1.06.2015