

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО СОВЕТА Д 02.2.490.01 НА БАЗЕ
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-
БАРАНОВСКОГО» МИНИСТЕРСТВА НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПО ДИССЕРТАЦИИ НА СОИСКАНИЕ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ
ДОКТОРА ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК

аттестационное дело № _____

решение диссертационного совета 24.2.490.01 от 27.02.2026 г. № 11

О присуждении Харитоновой Ольге Сергеевне, гражданке Российской Федерации, ученой степени доктора экономических наук.

Диссертация «Теоретико-методологические основы разработки адаптивной маркетинговой стратегии организации в системе дополнительного профессионального образования» по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (маркетинг) принята к защите «25» ноября 2025 г., протокол № 48 диссертационным советом 24.2.490.01 на базе федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, 283050, г. Донецк, ул. Щорса, 31, Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 150/нк от 20 февраля 2024 г.

Соискатель Харитонова Ольга Сергеевна, 21 апреля 1979 года рождения, в 2001 году окончила Восточнoукраинский национальный университет и получила полное высшее образование по специальности «Международная экономика» (квалификация магистра). В 2008 году защитила диссертацию на соискание ученой степени кандидата экономических наук на тему: «Экономическая устойчивость предприятия как основа обеспечения его конкурентоспособности» по специальности 08.00.04 – Экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности) в специализированном

совете Д 29.051.1 Восточнoукраинского национального университета имени Владимира Даля. В 2011 году присвоено ученое звание доцента.

Работает в должности директора института дополнительного профессионального образования и дистанционного обучения и по совместительству – доцента кафедры «Учет и аудит» федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Луганский государственный университет имени Владимира Даля»

Диссертация выполнена на кафедре «Учет и аудит» федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Луганский государственный университет имени Владимира Даля» Министерства науки и высшего образования Российской Федерации.

Научный консультант – Мелентьева Оксана Владимировна, доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры маркетинга и торгового дела федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского».

Официальные оппоненты:

Тхориков Борис Александрович, доктор экономических наук, профессор, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», заведующий кафедрой сервисных технологий и бизнес-процессов;

Петенко Ирина Валентиновна, доктор экономических наук, профессор, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий государственный университет», профессор кафедры маркетинга и логистики;

Пенькова Инесса Вячеславовна, доктор экономических наук, профессор, федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого», доцент кафедры экономической теории

дали положительные отзывы о диссертации.

Ведущая организация - Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Луганский государственный аграрный университет имени К.Е. Ворошилова», в своем положительном заключении, подписанном Шевченко Марией Николаевной, доктором экономических наук, профессором, деканом факультета экономики и управления АПК, заведующим кафедрой экономики предприятия и управления трудовыми ресурсами в АПК, и утвержденном врио ректора, кандидатом сельскохозяйственных наук, доцентом Гнатюком Сергеем Ивановичем, указала, что диссертация является самостоятельной завершенной научно-квалификационной работой, в которой на основании выполненных автором исследований изложены новые научно обоснованные экономические решения, внедрение которых вносит значительный вклад в развитие страны и экономической науки. Работа обладает внутренним единством и содержит новые научные результаты, выдвигаемые на публичную защиту, является законченным научным трудом, имеющим теоретическое и практическое значение. Автореферат соответствует содержанию диссертации. Опубликованные работы в достаточной степени отражают содержание и основные результаты, полученные автором диссертации. Представленная диссертация соответствует пунктам паспорта специальности ВАК 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг). Автореферат соответствует содержанию диссертации. Научные работы, опубликованные автором по теме диссертационной работы, в полном объеме отражают положения, выводы и рекомендации, которые являются результатом проведенного исследования.

Основные положения диссертационной работы опубликованы в 54-х научных работах, в том числе: 31 статья в рецензируемых научных изданиях, входящих в перечень ВАК; 5 статей в профессиональных журналах, индексируемых в РИНЦ; 3 монографии, в том числе 1 личная; 15 работ апробационного характера. Общий объем научных работ составляет 63,29 п.л., из них 45,79 п.л. принадлежит лично автору.

Наиболее значимыми научными работами по теме диссертации являются:

1. Харитоновна, О. С. Дополнительное профессиональное образование как один из видов непрерывного образования / О. С. Харитоновна, О. А. Носко // Вестник Луганского национального университета имени Владимира Даля. – 2019. – № 12(30). – С. 156-159. *Личный вклад: обоснованы основные положения концепции непрерывного образования в контексте функционирования системы дополнительного профессионального образования.*

2. Харитоновна, О. С. Основные вопросы о профессиональной переподготовке безработных в Луганской Народной Республике / О. С. Харитоновна, О. О. Бурденко / Вестник Луганского национального университета имени Владимира Даля. – 2020. – №5 (35). – С. 156-159. *Личный вклад: описаны ключевые вопросы, связанные с решением проблемы безработицы с учетом разработки и реализации определенных программ повышения квалификации и профессиональной переподготовки.*

3. Харитоновна, О. С. Эффективное преподавание в дистанционном образовании / О.С. Харитоновна / Вестник Луганского государственного университета имени Владимира Даля. – 2020. – №9 (39). – С. 208-210.

4. Харитоновна, О. С. Система непрерывного образования как одна из форм обучения / О.С. Харитоновна, О.А. Носко / Вестник Луганского государственного университета имени Владимира Даля. – 2020. – №4 (34) – С. 169-171. *Личный вклад: детализированы основные элементы системы непрерывного образования.*

5. Харитоновна, О. С. Современные подходы к управлению закупками для обеспечения сферы дополнительного профессионального образования / О. С. Харитоновна // Менеджер. – 2021. – № 2(96). – С. 90-95.

6. Харитоновна, О. С. Компаративный анализ развития дополнительного профессионального образования в Российской Федерации и Луганской Народной Республике / С. В. Захаров, О. С. Харитоновна // Сборник научных работ серии "Экономика". – 2021. – № 24. – С. 125-137. *Личный вклад: проведен анализ развития системы дополнительного профессионального образования в Луганской Народной Республике*

7. Харитоновна, О.С. Роль дополнительного профессионального образования в реализации концепции устойчивого развития Республики / О.С. Харитоновна, Н.В. Шумакова / Вестник Луганского государственного университета имени Владимира Даля. 2021. № 4 (46). С. 239-241. *Личный вклад: рассмотрена роль дополнительного профессионального образования в процессе интеллектуального потенциала в контексте устойчивого развития республики.*

8. Харитоновна, О. С. Оценка компетенций работников предприятия как основа корректировки программ обучения в системе дополнительного профессионального образования / О. С. Харитоновна // Сборник научных работ серии "Государственное управление". – 2021. – № 24. – С. 173-182. – DOI 10.5281/zenodo.5969581.

9. Харитоновна, О. С. Совершенствование бизнес-процессов: иерархия методов зарубежного опыта / С. М. Шаповалова, О. С. Харитоновна, Н. Л. Мешкова / Научный вестник Луганского государственного аграрного университета. – 2021. - №4 (13). – С. 256-264. *Личный вклад: описание бизнес-процессов, ориентированных на адаптационные процедуры подготовки и переподготовки кадров.*

10. Харитоновна, О. С. Современные принципы дистанционного обучения в теории и практике профессиональной переподготовки дополнительного профессионального образования / О. С. Харитоновна, С. Г. Винокурова / Научный Вестник Луганского государственного аграрного университета. – 2021. - №82 (11) – С. 271-277. *Личный вклад: детализированы и структурированы принципы дистанционного обучения в контексте работы системы дополнительного профессионального образования.*

11. Харитоновна, О. С. Анализ показателей рынка дополнительного профессионального образования в Луганской Народной Республике / О.С. Харитоновна // Сборник научных работ серии "Экономика". – 2022. – № 25. – С. 228-239.

12. Харитоновна, О. С. Особенности внедрения компетентностного подхода к подготовке кадров в системе дополнительного профессионального образования / О. С. Харитоновна // Менеджер. – 2022. – № 1 (99) , С. 146-152.

13. Харитонова, О. С. Моделирование условий и стратегических ориентиров адаптивной стратегии образовательной организации высшего образования/ О. С. Харитонова // Сборник научных работ серии «Государственное управление». – 2022. – Вып. 27: Экономика и управление народным хозяйством. – С. 143-151.

14. Харитонова, О. С. Разработка локальных документов по обеспечению внедрения адаптивной стратегии / О. С. Харитонова, В.С. Козлов // Экономика и менеджмент систем управления.– 2022. – 4(46). – С. 73-79. *Личный вклад: определен перечень и структура локальных документов для реализации стратегии образовательной организации.*

15. Харитонова, О. С. Применение аппарата нечеткой логики при оценке жизненного цикла образовательной услуги / О. С. Харитонова // Индустриальная экономика. – 2022. – № 1, том 5. – С. 506-513.

16. Харитонова, О. С. Инструменты разработки адаптивной стратегии образовательной организации к условиям внешней среды / О.С. Харитонова // Сборник научных работ серии «Государственное управление». – 2022. – №25. – С. 222-232.

17. Харитонова, О. С. Анализ рынка образовательных услуг в Луганской Народной Республике / О.С. Харитонова, О.А. Носко / Вестник Луганского государственного университета имени Владимира Даля. – 2022. – №3 (57) – С. 121-124. *Личный вклад: структурированы количественные и качественные показатели рынка образовательных услуг, сделаны выводы исходя из определенных трендов.*

18. Харитонова, О. С. Современные требования и методы реализации практического обучения в сфере переподготовки кадров / О.С. Харитонова, О.А. Носко / Вестник Луганского государственного университета имени Владимира Даля. – 2022. – №8 (62) – С. 116-120. *Личный вклад: проведены маркетинговые исследования и выявлены требования внешней среды и целевой аудитории к образовательным программам дополнительного профессионального образования.*

19. Харитонова, О.С. Построение стратегически ориентированной структуры управления образовательными организациями / О. С. Харитонова // Менеджер. – 2022. – № 3 (101). – С. 139-144.

20. Харитонова, О. С. Маркетинг персонала в системе дополнительного профессионального образования на примере Республики Башкортостан / Р.В. Ободец, О. С. Харитонова // Торговля и рынок. – 2023. – №4'(68), том 2. – 165 с. – С. 79-86. *Личный вклад: применен маркетинговый подход к изучению кадрового потенциала предприятий.*

21. Харитонова, О. С. Направления обеспечения эффективной разработки адаптивной маркетинговой стратегии организации в системе дополнительного профессионального образования / О.В. Мелентьева, О. С. Харитонова // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2023. – №12, том 11 (141). – С. 106-111. *Личный вклад: для дальнейшего формирования направлений обеспечения эффективной разработки адаптивной маркетинговой стратегии организации в системе дополнительного профессионального образования определена сущность дефиниции «маркетинговая стратегия».*

22. Харитонова, О.С. Современные учетно-аналитические технологии в бухгалтерском учете / О.С. Харитонова, А.А. Ключев, Н.В. Шумакова / Вестник Луганского государственного университета имени Владимира Даля. – 2023. – № S1. – С. 169-172. *Личный вклад: рассмотрены проблемы информатизации в системе бухгалтерского учета.*

23. Харитонова, О. С. Цифровые аспекты формирования адаптивной маркетинговой стратегии организации в системе дополнительного профессионального образования / О.В. Мелентьева, О. С. Харитонова // Региональная и отраслевая экономика. – 2023. – № S2. – С. 183-190. *Личный вклад: раскрывается специфика применения цифровых технологий в процессах профессиональной подготовки и переподготовки кадров.*

24. Харитонова О. С. Трансформация системы дополнительного профессионального образования в новых регионах Российской Федерации / Н. В. Шумакова, О. С. Харитонова // Муниципальная академия. – 2024. – №2. – С.

563-564. *Личный вклад: описаны ключевые аспекты трансформации системы дополнительного профессионального образования в связи с вхождением Луганской Народной Республики в состав Российской Федерации.*

25. Харитоновна, О. С. Маркетинговый подход к совершенствованию научно-образовательных программ по повышению квалификации и переподготовке кадров для органов местного самоуправления / Р. В. Ободец, О. С. Харитоновна // Экономика строительства. – 2024. – №4. – С. 41-43. *Личный вклад: обосновывается концепция научно-образовательной программы в новых условиях становления экономики ЛНР.*

26. Харитоновна, О. С. Концептуальные основы продвижения программ ДПО в контексте адаптивной маркетинговой стратегии образовательной организации высшего образования / О. С. Харитоновна // Экономика строительства. – 2024. – №5 – С. 51-53.

27. Харитоновна, О. С. Структурные элементы адаптивной маркетинговой стратегии в системе дополнительного профессионального образования / О. С. Харитоновна // Инновации и инвестиции. – 2024. – №5. – С.171-173.

28. Харитоновна, О. С. Разработка адаптивной маркетинговой стратегии образовательной организации высшего образования на основе анализа жизненного цикла услуги / О. С. Харитоновна // Инновации и инвестиции. – 2024. – №7. – С. 219-222.

29. Харитоновна, О. С. Планирование и контроль маркетингового бюджета для продвижения программ дополнительного профессионального образования / О. С. Харитоновна // Экономический анализ: теория и практика. – 2024. – Т. 23, № 12(555). – С. 2378-2388. – DOI 10.24891/ea.23.12.2378.

30. Харитоновна, О. С. Зарубежный опыт разработки адаптивной маркетинговой стратегии в системе дополнительного профессионального образования / О.С. Харитоновна // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2024. – Т.9. № 6 (147). – С. 161-166.

31. Харитоновна, О. С. Методика анализа стратегий реализации образовательных программ в системе дополнительного профессионального образования как составляющая адаптивного маркетинга / О. С. Харитоновна //

Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. – 2025. – Т. 20, № 2. – С. 215-225. – DOI 10.17072/1994-9960-2025-2-215-225.

На диссертацию и автореферат поступили отзывы:

1. Отзыв доктора экономических наук, доцента, проректора по научной работе ФГБОУ ВО «Керченский государственный морской технологический университет» (г. Керчь) Логуновой Натальи Анатольевны. Отзыв положительный. Замечания: 1) во введении (стр. 10) вероятнее всего теоретические и методологические положения исследования не сформированы, а сформулированы; 2) не нашло достаточного отражения в автореферате зарубежного опыта разработки и реализации адаптивных маркетинговых стратегий в системе дополнительного профессионального образования.

2. Отзыв доктора экономических наук, доцента, профессора кафедры национальной и мировой экономики ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет» (г. Самара) Васильчикова Алексея Валерьевича. Отзыв положительный. Замечания: 1) представляется целесообразным дополнить содержание актуальности темы исследования (стр. 1), а именно какие особые требования предъявляются к системе дополнительного профессионального образования в новых регионах и в чем эта особенность проявляется; 2) в результате освоения программы должны быть сформированы компетенции (корпоративные, профессиональные, личностные), а представленный на рисунке 2 (стр. 14) компетентностный подход к подготовке профессиональных кадров в системе дополнительного профессионального образования показывает формирование конкурентоспособных программ повышения квалификации, направленных на подготовку квалифицированных специалистов. Необходимо уточнить, какой все-таки приоритет компетентностного подхода? Компетенции или программы?

3. Отзыв доктора экономических наук, профессора, начальника отдела мониторинга и анализа научно-исследовательской деятельности межгосударственной образовательной организации высшего образования «Кыргызско-Российский Славянский университет имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина» (Кыргызская Республика, г. Бишкек)

Бровка Натальи Анатольевны. Отзыв положительный. Замечания: 1) как предложенная концепция снижения цены (стр. 35 автореферата) отразится на рентабельности программ дополнительной профессиональной переподготовки? 2) недостаточно отражены перспективы развития системы дополнительного профессионального образования на ближайшие годы (стр. 36 автореферата).

4. Отзыв доктора экономических наук, доцента, профессора кафедры организации и менеджмента ГБОУ ВО «Нижегородский государственный инженерно-экономический университет» (г. Княгинино) Проваленовой Натальи Владимировны. Отзыв положительный. Замечания: 1) автор формулирует собственное определение понятия «адаптивная маркетинговая стратегия», однако не проводит сопоставительного анализа, выявляющего специфические признаки и различия с существующими интерпретациями данного термина (стр.11); 2) в автореферате отсутствует обоснование необходимости включения тех или иных элементов в модель компетентностного подхода к подготовке профессиональных кадров в системе дополнительного профессионального образования (стр. 14).

5. Отзыв доктора экономических наук, доцента, профессора кафедры «Экономика и управление организацией» ФГБОУ ВО «Ижевский государственный технический университет имени М.Т. Калашникова» (г. Ижевск) Соколовой Надежды Геннадиевны. Отзыв положительный. Замечания: 1) в работе целесообразно рассмотреть работу цифрового двойника в сфере моделирование условий реализации адаптивной маркетинговой стратегии в разрезе программ дополнительного профессионального образования (стр.29); 2) не указано, как именно универсальность применяемого учебного оборудования влияет на адаптивность образовательной организации (стр. 31).

6. Отзыв доктора экономических наук, доцента, заведующего кафедрой экономики Института экономики и менеджмента ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Томский государственный университет» (г. Томск) Хлопцова Дмитрия Михайловича. Отзыв положительный. Замечания: 1) из автореферата и рисунка 3 (стр.16) не ясно насколько предложенная модель

является универсальной и можно ли ее использовать не только в сфере образования, а и в других сферах деятельности? 2) на рисунке 10 (стр. 28) приведен научно-практический подход к ценообразованию программ ДПО в контексте разработки адаптивной маркетинговой стратегии. Не понятно, в чем новизна данного подхода и какие результаты можно ожидать от его внедрения.

7. Отзыв доктора экономических наук, доцента, заведующего кафедрой менеджмента, маркетинга и туризма ФГБОУ ВО «Северо-Осетинский государственный университет имени К.Л. Хетагурова» (г. Владикавказ) Ахполовой Виктории Борисовны. Отзыв положительный. Замечания: 1) автором на стр. 13-14 на рис. 2 предложен «Компетентностный подход к подготовке профессиональных кадров в системе дополнительного профессионального образования». Было бы целесообразно дополнить блок «Ключевые элементы» показателями формирования профессиональной компетентности, которые определяют способность решать профессиональные проблемы с учетом интегральной характеристики личности; 2) на стр. 16 автором предложена «Модель процесса разработки адаптивной маркетинговой стратегии в образовательной организации дополнительного профессионального образования». Требуют более детального описания представленные бизнес-процессы реализации образовательных услуг в системе ДПО и роль каждого в разработке адаптивной маркетинговой стратегии в образовательной организации дополнительного профессионального образования.

8. Отзыв доктора экономических наук, доцента, Почетного работника высшего профессионального образования РФ, заведующего кафедрой «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет» (г. Ростов-на-Дону) Кушнаренко Татьяны Владимировны. Отзыв положительный. Замечания: 1) из автореферата не ясно, какие именно аналитические методы следует использовать при анализе жизненного цикла услуги на различных его этапах, о необходимости которого сказано на с. 15 автореферата; 2) рассматривает ли автор возможность использования искусственного интеллекта в процессе ценообразованию в системе дополнительного профессионального образования в контексте

разработки адаптивной маркетинговой стратегии; 3) из автореферата не прослеживается учет влияния цифровой среды на стратегию приспособления, где автором в центр разработки адаптивной стратегии образовательного учреждения высшего образования заложена концепция адаптации (с. 29 автореферата).

9. Отзыв доктора экономических наук, профессора, заведующего базовой кафедры индустрии детского питания ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» (г. Москва) Ивановой Валентины Николаевны. Отзыв положительный. Замечания: 1) на странице 12 автореферата приведены детерминанты адаптивной маркетинговой стратегии образовательной организации высшего образования. Не до конца раскрыта новизна подхода в определении маркетинговой стратегии; 2) следует уточнить, насколько механизм реализации адаптивной маркетинговой стратегии образовательных организаций дополнительного профессионального образования является универсальным (стр. 32 автореферата)

10. Отзыв доктора экономических наук, профессора, профессора кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин ФКОУ ВО «Владимирский юридический институт Федеральной службы исполнения наказаний» (г. Владимир) Дерен Ивановны Ивановны. Отзыв положительный. Замечания: 1) в работе недостаточно раскрыты аспекты финансирования именно маркетинговых программ стратегического развития; 2) так же целесообразно детализировать дорожную карту реализации маркетинговой стратегии организации в контексте тематики.

11. Отзыв доктора экономических наук, советника ректора по взаимодействию с органами власти и общественностью ФГБОУ ВО Государственный аграрный университет Северного Зауралья (г. Тюмень) Горохова Александра Алексеевича. Отзыв положительный. Замечания: 1) в третьем разделе работы (стр. 10) целесообразно провести расчёт прогноза источников притока рабочей силы в условиях постепенной загрузки производственных мощностей региона; 2) провести расчёт прогноза учебных площадей и профессорско-преподавательского состава для переподготовки

кадров в соответствии с требованиями рынка (стр. 10).

12. Отзыв доктора экономических наук, профессора, заведующего кафедрой бухгалтерского учета, налогов и экономической безопасности ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет» (г. Йошкар-Ола) Мироновой Ольги Алексеевны. Отзыв положительный. Замечание: на стр. 11-12 автореферата автором определены детерминанты адаптивной маркетинговой стратегии образовательной организации высшего образования (рис. 1). Считаем целесообразным блок «Детерминанты, оказывающие влияние на поведение потребителя образовательных услуг» дополнить такими критериями, как: рост компетенций потребителя и персонализация потребностей, что указывает на модификацию потребительского поведения под влиянием факторов внутренней и внешней среды в системе высшего образования и на рынке образовательных услуг.

13. Отзыв доктора экономических наук, профессора, заведующего кафедрой менеджмента и управления персоналом Среднерусского института управления – филиала ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (г. Орел) Головиной Татьяны Александровны. Отзыв положительный. Замечания: 1) недостаточное внимание кадровому обеспечению при использовании компетентностного подхода к подготовке профессиональных кадров в системе дополнительного профессионального образования (стр. 10); проработать качественные показатели к кадровому обеспечению в контексте разработки адаптивной маркетинговой стратегии (стр. 13).

14. Отзыв доктора экономических наук, доцента, декана факультета экономики и бухгалтерского учета Учреждения образования «Гродненский государственный аграрный университет» (Беларусь, г. Гродно) Щербатюк Светланы Юрьевны. Отзыв положительный. Замечания: 1) не описана грань перехода «незначительных» в «значительные» изменения терм-множеств, влияющих на выбор маркетинговой стратегии по программам ДПО, при их оценке и лингвистической интерпретации (с. 21 автореферата); 2) не указано в автореферате на основе каких именно статистических данных проверена

работоспособность предложенной в работе математической модели: отдельного региона или субъекта деятельности или же страны в целом (с. 25 автореферата); фрагментарно представлено обоснование применения методов «e-learning» и «m-learning» при разработке современных программ дополнительного образования в рамках разработки адаптивной маркетинговой стратегии организаций ДПО (с. 29 автореферата).

Выбор официальных оппонентов и ведущей организации обосновывается известностью их достижений в области специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (маркетинг), наличием публикаций в соответствующей сфере исследования и способностью определить научную и практическую ценность диссертации.

Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований:

разработаны концептуальный подход к разработке адаптивной маркетинговой стратегии образовательных организаций дополнительного профессионального образования; модель процесса разработки адаптивной маркетинговой стратегии, представленная в виде интеграции трех ключевых составляющих: функции маркетингового управления процессом предоставления образовательной услуги, бизнес-процессы реализации образовательных услуг в системе дополнительного профессионального образования, стадии жизненного цикла процесса предоставления образовательной услуги;

предложены методический инструментарий анализа адаптивной стратегии организации в системе дополнительного профессионального образования на основе методов нечеткой логики; научно-практический подход к ценообразованию в системе дополнительного профессионального образования в контексте разработки адаптивной маркетинговой стратегии, который представляет собой комплексное управление процессом формирования стоимости образовательных услуг;

доказано, что в настоящее время формируются специфические условия для реализации образовательных программ дополнительного профессионального

образования в высших образовательных организациях, что требует разработки теоретико-методологических подходов и практических рекомендаций по разработке оптимальной адаптивной маркетинговой стратегии реализации программ дополнительного профессионального образования;

введены в понятийно-категориальный аппарат уточнения понятий: «адаптивная маркетинговая стратегия», «адаптивная маркетинговая стратегия образовательных организаций дополнительного профессионального образования».

Теоретическая значимость исследования обоснована тем, что:

доказана значимость компетентностного подхода к подготовке профессиональных кадров в системе дополнительного профессионального образования, как методологической основы формирования конкурентоспособных программ повышения квалификации или переподготовки слушателей с учетом постоянной адаптации к требованиям рынка;

для достижения поставленной цели и решения соответствующих задач в диссертационной работе результативно *использованы* следующие общенаучные и специальные методы: систематизация и анализ информации, метод синтеза и анализа, метод формальной логики и эмпирический метод познания, методы теоретического обобщения, индукции, дедукции, синтеза, логического представления результатов исследования; метод нечеткой логики и математические методы моделирования; методы статистического маркетингового анализа;

изложены роль и характеристика системы образования в условиях маркетинговой ориентации образовательных организаций; результаты стратегического анализа деятельности организаций в системе дополнительного профессионального образования;

раскрыты детерминанты адаптивных маркетинговых стратегий в системе дополнительного профессионального образования; механизм реализации адаптивной маркетинговой стратегии организаций дополнительного профессионального образования, который включает следующие блоки:

управление реализацией стратегии, операционный маркетинг, управление продуктом, компетентностное сопровождение, управление качеством, управление взаимоотношениями с клиентами, финансового обеспечения, цифрового сопровождения и аналитики;

изучены зарубежный опыт разработки и реализации адаптивной маркетинговых стратегий в системе дополнительного профессионального образования; качество образовательных услуг в системе дополнительного профессионального образования; кадровое обеспечение процесса разработки и реализации адаптивной маркетинговой стратегии образовательных организаций;

проведена модернизация методологического подхода к моделированию жизненного цикла образовательных услуг (программ) в системе дополнительного профессионального образования, основанного на анализе динамики количества обращений слушателей с целью приобретения программ дополнительного профессионального образования.

Значение полученных соискателем результатов исследования для практики подтверждается тем, что:

разработаны и внедрены методические положения по организации переподготовки и повышения квалификации в новых реалиях; практические рекомендации по совершенствованию маркетингового управления сферой дополнительного профессионального образования, что нашло отражение в госбюджетной теме БД-1-20 «Основные направления и задачи научно-исследовательской деятельности в сфере дополнительного профессионального образования» (2020–2022 гг.); стратегические ориентиры и тенденции развития системы дополнительного профессионального образования в условиях интеграции в образовательный контент Российской Федерации, что нашло отражение в госбюджетной теме БД-1-23 «Стратегические направления развития дополнительного профессионального образования: конкурентные преимущества, тенденции, вызовы и угрозы» (2023–2025 гг.).

определены возможности реализации теоретических разработок по основным положениям диссертационной работы, которые целесообразно

использовать в учебном процессе ФГБОУ ВО «Луганский государственный университет имени Владимира Даля», при преподавании учебных дисциплин: «Маркетинг услуг», «Экономический механизм маркетинга», «маркетинг некоммерческих организаций», «Стратегический маркетинг», «Современный стратегический анализ» (справка № 107-115-1677/78 от 24.06.2024г.);

созданы комплекс рекомендаций по разработке и реализации адаптивных стратегий для образовательных организаций высшего образования Луганской Народной Республики (справка от Министерства образования и науки Луганской Народной Республики № 04-7796 от 11.07.2024 г.);

представлены результаты апробации методики прогнозирования объемов продаж по платным услугам учреждения (справка о внедрении от ФГБОУ ВО «Донбасский государственный технический университет» № 49-13-02/33 от 09.07.2024 г.)

Оценка достоверности результатов исследования выявила:

теория основывается на обобщении теоретических разработок ведущих ученых в области маркетинга образовательных организаций, а также репрезентативных данных, полученных в ходе проведенного соискателем эмпирического исследования, которые согласуются с теоретическими разработками и опубликованными официальными данными по теме диссертации, с выводами, полученными другими авторами;

идея базируется на научных трудах зарубежных и отечественных ученых, посвященных проблемам развития маркетинга образовательных организаций и разработки адаптивных маркетинговых стратегий в условиях изменяющихся структурных вызовов;

использованы: результаты сравнительного анализа полученных автором данных с ранее рассмотренными теоретическими и практическими подходами;

установлено: качественное совпадение ряда результатов, полученных автором в ходе исследования, с результатами, представленными в других научных источниках по данной тематике;

использованы: современные методики сбора и обработки исходной информации с помощью пакета прикладных программ.

Личный вклад соискателя состоит в обосновании целей, задач, методов исследования, связанных с разработкой научных и практических рекомендаций по разработке и реализации адаптивной маркетинговой стратегии организации в системе дополнительного профессионального образования в условиях конкурентной среды; систематизации, анализе и обобщении теоретического и практического материала; разработке научно-практических рекомендаций по реализации адаптивных маркетинговых стратегий; апробации полученных результатов исследования; личном участии в обсуждении результатов исследования на научно-практических конференциях различного уровня; подготовке публикаций по результатам исследования.

В ходе защиты диссертации были высказаны следующие критические замечания. Доктор экономических наук, профессор Омельянович Л.А. отметила, что при разработке адаптивной модели не надо было говорить об интеграции Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики в Российскую Федерацию, поскольку переходный период уже закончился, а сейчас мы уже исторический регион РФ, а также рекомендовала больше внимания уделить финансовой составляющей процессов набора, обучения формирования контингента в системе дополнительного профессионального образования. Доктор экономических наук, доцент Крылова Людмила Вячеславовна указала, что на рисунке 11 (с. 30) автореферата представлен концептуальный подход к разработке адаптивной маркетинговой стратегии образовательных организаций в системе дополнительного профессионального образования. Здесь же целесообразно было более подробно остановиться на содержании рекомендованной адаптивной маркетинговой стратегии для организаций дополнительного профессионального образования, а также конкретизировать инструменты операционного маркетинга, о которых автор указывает на стр. 31 автореферата. Соискатель согласился с указанными замечаниями, отметив, что они будут рассмотрены в дальнейших научных исследованиях в данном направлении.

На заседании 27.02.2026 года диссертационный совет 24.2.490.01 принял решение присудить Харитоновой Ольге Сергеевне ученую степень доктора экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг) за решение научной проблемы, заключающейся в разработке и научной аргументации теоретико-методологических положений и практических рекомендаций по разработке и реализации адаптивной маркетинговой стратегии организации в системе дополнительного профессионального образования.

При проведении тайного голосования с использованием системы электронного блокчейн голосования «Криптовече» диссертационный совет в количестве 21 человека, из них 9 докторов наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг), участвовавших в заседании, из 27 человек, входящих в состав совета, проголосовали: за – «21», против – «нет», воздержался – «нет».

Председатель

диссертационного совета 24.2.490.01

д.э.н., профессор



Е.М. Азарян

Ученый секретарь

диссертационного совета 24.2.490.01

д.э.н., доцент

А.Н. Германчук

27 февраля 2026 года