

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Харитоновой Ольги Сергеевны на тему «Теоретико-методологические основы разработки адаптивной маркетинговой стратегии организации в системе дополнительного профессионального образования», предоставленной на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (Маркетинг)

Трансформация рынка труда, появление новых форм занятости и сокращение жизненного цикла профессиональных компетенций образовательные организации дополнительного профессионального образования сталкиваются с необходимостью гибко реагировать на изменения конъюнктуры. В этих условиях традиционные подходы теряют эффективность, поскольку они не учитывают высокой динамичности спроса на образовательные услуги, сезонности и непредсказуемости потребительского поведения. Возникает потребность в выстраивании адаптивных маркетинговых стратегий, способных оперативно перестраиваться под воздействием внешних и внутренних факторов, интегрируя аналитические инструменты и гибкую маркетинговую политику для формирования и продвижения специфического продукта – программ дополнительного профессионального образования.

Адаптация предприятий к работе в новых условиях часто требует перестройки всей системы управления таким образом, чтобы обеспечить возможность быстрого реагирования на изменение конкурентного окружения и создавать необходимую базу для эффективного принятия решений и мобилизации средств для достижения наилучшего результата на основе использования гибкого маркетингового инструментария, что формирует методологическую базу для построения устойчивых стратегий развития образовательных организаций в процессе их взаимодействия с целевой аудиторией.

Объектом исследования являются процессы разработки и реализации адаптивной маркетинговой стратегии образовательной организации высшего образования в системе дополнительного профессионального образования.

Предмет исследования – совокупность экономических, социальных и управленческих отношений, возникающих в процессе разработки и реализации адаптивной маркетинговой стратегии образовательной

организации высшего образования в системе дополнительного профессионального образования.

Научная новизна полученных результатов заключается в обосновании теоретико-методологических подходов к разработке и реализации адаптивной маркетинговой стратегии образовательной организации высшего образования в системе дополнительного профессионального образования с помощью предложенного методического подхода к анализу, оценке и экономико-математического моделирования процесса разработки данной стратегии.

Работа выполнена в соответствии с тематическим планом научно-исследовательских работ ФГБОУ ВО «Луганский государственный университет имени Владимира Даля». Результаты научного исследования нашли отражение в госбюджетных темах: БД-1-20 «Основные направления и задачи научно-исследовательской деятельности в сфере дополнительного профессионального образования» (2020–2022 гг.), в рамках которой разработаны методические положения по организации переподготовки и повышения квалификации; разработаны практические рекомендации по совершенствованию организации и управления в сфере дополнительного профессионального образования; БД-1-23 «Стратегические направления развития дополнительного профессионального образования: конкурентные преимущества, тенденции, вызовы и угрозы» (2023–2025 гг.) – Определены стратегические ориентиры и тенденции развития системы дополнительного профессионального образования в условиях интеграции в образовательное пространство Российской Федерации; выявлены конкурентные преимущества, вызовы и угрозы; обоснованы цели и задачи развития дополнительного профессионального образования в среднесрочной перспективе.

Диссертация является итогом самостоятельных научных исследований автора. Все научные положения и результаты, изложенные в диссертации, и выносимые на защиту выводы получены автором лично. Научный вклад автора в развитие маркетинга услуг конкретизирован в публикациях апробационного характера и научных статьях в рецензируемых научных изданиях списка основных публикаций.

Вышесказанное позволяет сделать вывод о том, что рассматриваемая работа обладает высокой научно-практической значимостью и характеризуется единством, логической взаимосвязью научных положений, выводов и рекомендаций.

Однако, в работе имеются некоторые 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).

Указанные замечания не влияют на значимость проведенного исследования и полученных результатов.

Таким образом, диссертационная работа на тему «Теоретико-методологические основы разработки адаптивной маркетинговой стратегии организации в системе дополнительного профессионального образования» выполнена на достаточном научно-методологическом и практическом уровне, соответствует требованиям, указанным в Постановлении Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. № 842 «О порядке присуждения ученых степеней (с изменениями и дополнениями), а ее автор, Харитоновна Ольга Сергеевна заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Бровко Наталья Анатольевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук, профессор
(08.00.01 – экономическая теория)
Начальник отдела
мониторинга и
анализа научно-исследовательской
деятельности



ПОДПИСЬ ЗАВЕРЯЮ
УРП КРСУ
ИНН 01512199310054

Наталья Анатольевна Бровко
21.09.2026 г.

Контактные данные:

Межгосударственная образовательная организация высшего образования
Кыргызско-Российский Славянский университет имени первого Президента
Российской Федерации Б.Н. Ельцина

720000, Кыргызская Республика, г. Бишкек, ул. Киевская, 44

+996(312) 66-25-67

+996(312) 43-11-69

krsu@krsu.kg