

В диссертационный совет 24.2.490.01
при ФГБОУ ВО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»

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)

Проблема разработки стратегии развития организации становится в последние годы все более актуальной темой исследований. В научной литературе нет однозначных системных подходов к разработке стратегии развития организации. Особую значимость данная проблема приобретает в учреждениях дополнительного профессионального образования (ДПО).

ДПО – это гибкий инструмент реагирования на изменение спроса на рынке труда. Трансформация современных рынков рабочей силы, услуг в сфере дополнительного образования связана, прежде всего, с процессом цифровизации экономики, который ускорился под влиянием пандемии коронавирусной инфекции. Это способствовало формированию новых требований работодателей к компетенциям работников. В условиях перехода всей отечественной системы профессионального образования от квалификационной к компетентностной модели и замены квалификационных справочников профессиональными стандартами в современной экономике требуются профессионалы, способные обучаться на протяжении всей жизни и проявлять активность в условиях динамично меняющейся среды, внедрения новых технологий и повышения гибкости организаций. Образовательным организациям необходимо ориентироваться не только на потребности работодателей при разработке учебных планов и программ, но и на новые документы, профстандарты. Это требует создания мобильных структур повышения квалификации и профессиональной переподготовки на базе учреждений профессионального образования.

Цель исследования – обоснование теоретических и методологических положений по разработке и реализации адаптивной маркетинговой стратегии организации в системе дополнительного профессионального образования в условиях конкурентной среды.

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.

Практическая значимость работы заключается в том, что теоретические положения в виде моделирования процессов разработки адаптивной

маркетинговой стратегии доведены до уровня обоснованного методического инструментария по анализу и оценке таких стратегий в системе дополнительного профессионального образования на основе методов нечеткой логики. Наибольшую практическую ценность имеют комплекс рекомендаций по реализации ценовых стратегий на программы ДПО, оценка качества образовательных услуг, методика анализа маркетинговой политики образовательных организаций на основе комплекса маркетинга, рекомендации по разработке дорожных карт реализации адаптивной маркетинговой стратегии образовательной организации, данные прогнозирования спроса на образовательные услуги.

К замечаниям можно отнести следующее:

1) недостаточное внимание кадровому обеспечению при использовании компетентностного подхода к подготовке профессиональных кадров в системе дополнительного профессионального образования (стр.10);

2) проработать качественные показатели к кадровому обеспечению в контексте разработки адаптивной маркетинговой стратегии (стр.13).

Указанное замечание не снижает качество диссертационного исследования, основные положения которого нашли отражение в автореферате.

Таким образом, диссертационная работа на тему «Теоретико-методологические основы разработки адаптивной маркетинговой стратегии организации в системе дополнительного профессионального образования» соответствует требованиям, предъявляемым к докторским диссертациям, а ее автор, Харитоновна Ольга Сергеевна, заслуживает присуждение ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Головина Татьяна Александровна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

доктор экономических наук

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством, профессор

заведующий кафедрой менеджмента и
управления персоналом

Среднерусского института управления – филиала

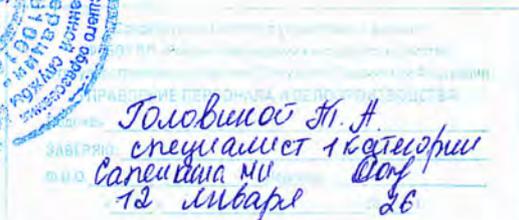
ФГБОУ ВО «Российская академия народного

хозяйства и государственной службы

при Президенте Российской Федерации».

Головина Татьяна Александровна

12 января 2026 г.



Контактная информация

Среднерусский институт управления - филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»,

Адрес: 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12

Web-сайт: <https://orel.ranepa.ru>

Тел./факс: +7 (4862) 59-95-75

Эл. почта: oo@orel.ranepa.ru