

## 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)

Автореферат диссертации Харитоновой О.С. представлен как серьезная научная работа, в которой разработан концептуальный подход к разработке и реализации адаптивной маркетинговой стратегии образовательных организаций дополнительного профессионального образования, который позволяет рассматривать маркетинговую деятельность как управляемый процесс, основанный на интеграции теоретических принципов, методологических основ и практических инструментов, обеспечивающих целостность, согласованность и устойчивость функционирования образовательной организацией с учетом адаптации к происходящим изменениям.

Анализ научных результатов в контексте заявленной научной проблемы свидетельствует о постоянном поиске решений, связанных с разработкой методологического аппарата по созданию адаптивной маркетинговой стратегии для организации сферы образовательных услуг, в частности системы дополнительного профессионального образования.

Научные положения, определенные в работе, характеризуются высокой степенью аргументированности. Логика исследования выстроена последовательно: от определения теоретических основ разработки адаптивной маркетинговой стратегии образовательной организации до механизма концептуального подхода к разработке и реализации адаптивной маркетинговой стратегии организации в системе дополнительного профессионального образования. Выводы диссертации закреплены результатами статистических данных и рекомендациями, что придает им высокую степень достоверности.

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 в списке основных публикаций.

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.

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.

Несмотря на положительное впечатление от проведенного автором исследования, следует отметить ряд дискуссионных положений, а именно:

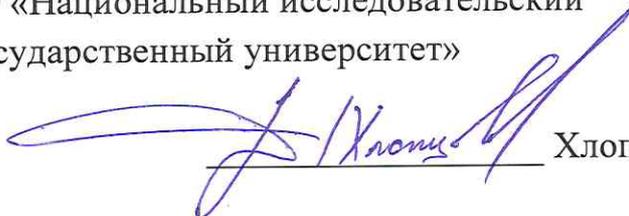
1. из автореферата и рисунка 3 (стр.16) не ясно насколько предложенная модель является универсальной и можно ли ее использовать не только в сфере образования, а и в других сферах деятельности?
2. на рисунке 10 (стр. 28) приведен научно-практический подход к ценообразованию программ ДПО в контексте разработки адаптивной маркетинговой стратегии. Не понятно, в чем новизна данного подхода и какие результаты можно ожидать от его внедрения.

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, Хлопцов Дмитрий Михайлович, согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук  
(08.00.01 – Экономическая теория),  
доцент, заведующий кафедрой экономики  
Института экономики и менеджмента  
ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский  
Томский государственный университет»



Хлопцов Дмитрий Михайлович

20 декабря 2025 г.



Подпись удостоверяю  
ведущий документовед  
Андрienko И. В.



ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский  
Томский государственный университет»  
634050, Томск, пр. Ленина, д. 36,  
телефон: +7 (382-2) 785-648  
e-mail: mail@tokko.tomsk.ru