

*В диссертационный совет 24.2.490.01 при
ФГБОУ ВО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли имени
Михаила Туган- Барановского»,
по адресу 283050, г. Донецк, ул. Щорса, 31*

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)

Вопросы развития дополнительного профессионального образования 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. Так, недостаточно полно изучены особенности маркетинговой деятельностью организаций сферы образования новых территорий Российской Федерации (Луганская Народная Республика, Донецкая Народная Республика, Херсонская и Запорожская области), не в полной мере реализованы методы прогнозирования объема предоставления услуг дополнительного профессионального образования с учетом требований рынка труда, основанные на современных теоретических разработках в области стратегического управления; отсутствуют способы идентификации наиболее приемлемых направлений адаптивной маркетинговой стратегии, позволяющей получить количественную оценку эффективности реализации такой стратегии и перераспределения маркетингового бюджета. Исходя из вышеизложенного данная диссертация является актуальным и своевременным исследованием.

В работе выделена основная цель исследования, которая заключается в обосновании теоретико-методологических положений и практических рекомендаций по разработке и реализации адаптивной маркетинговой стратегии организации в системе дополнительного профессионального образования в условиях конкурентной борьбы.

Для решения поставленной цели были определены основные задачи диссертационного исследования:

определить детерминанты разработки и реализации адаптивных маркетинговых стратегий в системе дополнительного профессионального образования;

обосновать внедрение компетентностного подхода к подготовке

профессиональных кадров в системе дополнительного профессионального образования;

сформировать модель процесса разработки адаптивной маркетинговой стратегии, в основе которой находится жизненный цикл образовательной услуги в системе дополнительного профессионального образования;

предложить методологический подход к моделированию жизненного цикла образовательных услуг (программ) в системе дополнительного профессионального образования;

определить методический инструментарий анализа адаптивной стратегии организации в системе дополнительного профессионального образования на основе методов нечеткой логики;

разработать научно-практический подход к ценообразованию программ дополнительного профессионального образования в контексте разработки адаптивной маркетинговой стратегии;

сформулировать концептуальный подход к разработке и реализации адаптивной маркетинговой стратегии образовательных организаций дополнительного профессионального образования;

разработать механизм реализации адаптивной маркетинговой стратегии образовательных организаций дополнительного профессионального образования.

Научные положения, выносимы на защиту, характеризуются высокой степенью аргументированности.

Содержание работы грамотно структурировано, все разделы раскрыты и исследованы.

Теоретическое значение полученных научных результатов состоит в развитии концептуальных положений выработки адаптивной маркетинговой стратегии образовательной организации высшего образования в условиях высокой конкуренции подготовки специалистов в социально-гуманитарной сфере, что будет способствовать повышению качества жизни граждан, решать вопросы безработицы и подготовки высококвалифицированных специалистов, необходимых в краткосрочной перспективе экономике Российской Федерации и Луганской Народной Республики.

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.

Основные положения и результаты исследования докладывались и обсуждались на научных и научно-практических мероприятиях различного уровня.

Отмечая безусловные преимущества работы, тем не менее, представляется целесообразным обратить внимание автора на ряд положений, которые требуют уточнения:

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).

Кроме этого не раскрыты ответы на следующие, на наш взгляд, важные вопросы:

Как учитываются в реализации программ ДПО конкретные потребности индустриальных партнеров образовательной организации.

Каковы критерии оценки эффективности программ ДПО со стороны индустриальных партнеров.

Указанные замечания касаются отдельных положений работы и не снижают научной и практической ценности проведенного автором исследования.

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, Иванова Валентина Николаевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Заведующий кафедрой ФГБОУ ВО
«Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»,
доктор экономических наук (08.00.05), профессор



Иванова В.Н.

Иванова Валентина Николаевна, заведующий базовой кафедры индустрии детского питания ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

