

## ОТЗЫВ

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

В настоящее время в России в системе ДПО работает множество организаций по многим направлениям, которые имеют различные формы собственности. Организации ДПО предоставляют услуги по повышению квалификации, профессиональной переподготовке, обучению и стажировке. Основные тенденции развития отрасли ДПО в будущем связаны с ростом спроса на образовательные услуги с дистанционной формой обучения, с появлением профессиональных стандартов и их требованиями к образованию, с темпами развития общества и технологий. В частности, влияние на потребность некоторых направлений подготовки в сфере ДПО оказывает внедрение автоматизации и роботизации технологических процессов на производственных предприятиях, что часто приводит к сокращению численности обслуживающего персонала и, соответственно, уменьшению затрат на его обучение.

На сегодняшний день для рынка образовательных услуг в сфере ДПО характерна монополистическая конкуренция, для которой, как известно характерно наличие множества продавцов и покупателей, но не большего, чем при совершенной конкуренции; невысокие барьеры для вступления в отрасль, имеют место такие сложности, как проблемы с оформлением регистраций, патентов и лицензий; необходимость производства монополистически конкурентной фирмой разнородной, дифференцированной продукции, отличающейся от той, которую предлагают фирмы конкуренты, чтобы выжить на рынке в долгосрочном периоде; совершенная информированность продавцов и покупателей об условиях рынка; преимущественно неценовая конкуренция крайне незначительно может влиять на общий уровень цен, рекламирование продукции важно для развития. По самым востребованным программам подготовки свои услуги на рынке ДПО предлагают сотни, а некоторым и больше 1000 организаций. Поэтому разработка адаптивной маркетинговой стратегии организации в системе дополнительного профессионального образования на сегодня есть актуальной и важной задачей отрасли.

В свою очередь, наиболее актуальными задачами в работе являются: сформировать модель процесса разработки адаптивной маркетинговой стратегии, в основе которой находится жизненный цикл образовательной услуги в системе дополнительного профессионального образования; сформировать методологический подход к моделированию жизненного цикла образовательных услуг (программ) в системе дополнительного профессионального образования; разработать методический инструментарий обоснования адаптивной стратегии организации в системе дополнительного профессионального образования на основе методов нечеткой логики.

Объектом исследования являются процессы разработки и реализации адаптивной маркетинговой стратегии образовательной организации высшего

