



Ижевский государственный  
технический университет  
имени М. Т. Калашникова

В диссертационный совет Д 24.2.490.01 при ФГБОУ ВО  
«Донецкий национальный университет экономики и  
торговли имени Михаила Туган-Барановского»  
по адресу: 283001, г. Донецк, пр-т, Театральный, 28, ауд.  
7304, e-mail: dissovet\_donnuet@mail.ru

### *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 (10. Маркетинг)*

Актуальность исследования обусловлена тем, что в условиях жесткой конкуренции на рынке услуг в области дополнительного профессионального образования трансформационных изменений проблема разработки стратегии развития учреждений ДПО все еще остается недостаточно изученной. Необходимость решения поставленной проблемы связана с внедрением новой организации национальной системы квалификаций, разработкой на этой основе и внедрением профессиональных стандартов. Это влечет за собой пересмотр ориентиров стратегического развития всей системы ДПО, усиление ее роли в реализации государственной кадровой политики, направленной на повышение качества человеческих ресурсов в стране и в конечном итоге на рост производительности труда. В силу указанных причин необходимы стратегические изменения в деятельности учреждений системы ДПО.

В результате проведенного в работе анализа научных работ в контексте заявленной научной проблемы выявлен перманентный поиск решений, связанных с разработкой методологического аппарата по созданию адаптивной маркетинговой стратегии для организации сферы образовательных услуг, в частности системы дополнительного профессионального образования. Установлено, что еще, 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.

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

Достижение поставленной цели обуславливает решение следующих задач 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.

В результате решения задач был получен такой научный результат: сформирована модель процесса разработки адаптивной маркетинговой стратегии, в основе которой находится жизненный цикл образовательной услуги в системе дополнительного профессионального образования, представленная в виде интеграции трех ключевых составляющих: функции маркетингового управления процессом предоставления образовательной услуги, бизнес-процессы реализации образовательных услуг в системе дополнительного профессионального образования, стадии жизненного цикла процесса предоставления образовательной услуги, внедрение которой будет способствовать повышению адаптивности образовательной организации к изменениям рынка, обеспечению согласованности между стратегическими целями организации и операционными маркетинговыми решениями и гибкой реализации бизнес-процессов в процессе реализации образовательных услуг.

Несмотря на положительные аспекты работы, есть и дискуссионные аспекты.

1) В работе целесообразно рассмотреть работу цифрового двойника в сфере моделирование условий реализации адаптивной маркетинговой стратегии в разрезе программ дополнительного профессионального образования (стр.29).

1) Не указано, как именно универсальность применяемого учебного оборудования влияет на адаптивность образовательной организации (стр. 31).

Указанные замечания не снижают 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).

Соколова Надежда Геннадьевна

доктор экономических наук

(08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг), доцент,

профессор кафедры «Экономика и управление организацией»,

Я, Соколова Надежда Геннадьевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

22 декабря 2025 г.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Ижевский государственный технический университет имени М.Т. Калашникова" (ФГБОУ ВО "ИжГТУ имени М.Т. Калашникова");  
426069 г. Ижевск, ул. Студенческая, 7; (Студенческая, 42, каб. 203);  
83412-77-60-55, кафедра ЭиУО

Подпись док.экон.наук, доцента, профессора кафедры "Экономика и управление организацией" ФГБОУ ВО "ИжГТУ имени М.Т. Калашникова" Соколовой Надежды Геннадьевны удостоверяю

Ученый секретарь Ученого совета ИжГТУ им. М.Т.Калашникова

док.пед.наук, доцент

Крылов Эдуард Геннадьевич

