

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)

Современная ситуация, которая складывается в системе образования Луганской Народной Республики (ЛНР) как нового региона Российской Федерации, характеризуется значительными трансформационными процессами во всех сферах жизнедеятельности. Необходимым условием успешного экономического развития ЛНР является нормализация социально-экономических отношений в обществе, что возможно при наличии конкурентоспособной системы образования, способной к подготовке специалистов, обладающих необходимыми профессиональными знаниями и компетенциями.

В этих условиях традиционные подходы теряют эффективность, поскольку они не учитывают высокой динамичности спроса на образовательные услуги, сезонности и непредсказуемости потребительского поведения. Возникает потребность в выстраивании адаптивных маркетинговых стратегий, способных оперативно перестраиваться под воздействием внешних и внутренних факторов, интегрируя аналитические инструменты и гибкую маркетинговую политику для формирования и продвижения специфического продукта – программ дополнительного профессионального образования.

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.

Так, построенный автором механизм реализации адаптивной маркетинговой стратегии образовательной организации в системе дополнительного профессионального образования представляет собой структурированный и методологически обоснованный подход по обеспечению системности, управляемости и результативности процессов

маркетинговой деятельности образовательной организации в условиях изменчивой внешней среды.

В работе предоставлено описание всех структурных подразделов работы, выделены основные положения и результаты диссертационной работы.

Автором определены детерминанты адаптивных маркетинговых стратегий в системе дополнительного профессионального образования, обосновано внедрение компетентностного подхода к подготовке профессиональных кадров в системе дополнительного профессионального образования на основе проблемно-целевого анализа запросов потребителей услуг, сформирована модель процесса разработки адаптивной маркетинговой стратегии, в основе которой находится жизненный цикл образовательной услуги в системе дополнительного профессионального образования, предложен методологический подход к моделированию жизненного цикла образовательных услуг (программ) в системе дополнительного профессионального образования, основанный на анализе динамики количества обращений слушателей с целью приобретения программ дополнительного профессионального образования, обоснован методический инструментарий обоснования адаптивной стратегии организации в системе дополнительного профессионального образования на основе методов нечеткой логики с использованием в качестве интегрального показателя экономической эффективности деятельности организации высшего образования по реализации определенной услуги – квоты на реализацию этой услуги, что приносит желаемую прибыль от ее предоставления, предложен научно-практический подход к ценообразованию в системе дополнительного профессионального образования в контексте разработки адаптивной маркетинговой стратегии, разработан концептуальный подход к разработке и реализации адаптивной маркетинговой стратегии образовательных организаций дополнительного профессионального образования, разработан механизм реализации адаптивной маркетинговой стратегии образовательных организаций дополнительного профессионального образования.

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.

Теоретические положения и методические разработки внедрены в учебный процесс Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Луганский государственный университет имени Владимира Даля» при преподавании учебных дисциплин: «Маркетинг услуг», «Экономический механизм маркетинга», «Маркетинг некоммерческих организаций», «Стратегический маркетинг», «Стратегический маркетинг» (справка № 107-115-1677/78 от 24.06.2024г.).

В качестве дискуссионного аспекта и рекомендаций можно отметить:

1) Представляется целесообразным дополнить содержание актуальности темы исследования (стр. 1), а именно какие особые требования предъявляются к системе дополнительного профессионального образования в новых регионах и в чем эта особенность проявляется.

2) В результате освоения программы должны быть сформированы компетенции (корпоративные, профессиональные, личностные), а представленный на рисунке 2 (стр. 14) компетентностный подход к подготовке профессиональных кадров в системе дополнительного профессионального образования показывает формирование конкурентоспособных программ повышения квалификации, направленных на подготовку квалифицированных специалистов. Необходимо уточнить, какой все-таки приоритет компетентностного подхода? Компетенции или программы?

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» 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, Васильчиков Алексей Валерьевич, согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук
(08.00.05 Экономика и управление
народным хозяйством),
доцент, профессор кафедры
национальной и мировой экономики
ФГБОУ ВО «Самарский государственный
технический университет»

Васильчиков А.В.

«19» *ноября* 2025 г.



Алексей Васильчиков
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Самарский государственный технический
университет» 443100, г. Самара,
ул. Молодогвардейская, 244,
e-mail: upd@samg.ru; тел. (846) 278-43-53