В диссертационный совет Д 505.001.104 Финансового университета при Правительстве Российской Федерации по защите диссертации на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Исайко Елизаветы Александровны на тему «Формирование корпоративных изданий как составляющей системы маркетинговых коммуникаций интегрированных структур оборонно-промышленного комплекса», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по научной специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика: маркетинг (экономические науки)

Диссертационное исследование Исайко Елизаветы Александровны отражает решение актуальной задачи, направленной на разработку и дальнейшее формирование методических подходов к разработке стратегии управления брендом на базе гибридной архитектуры мастер-бренда с включением элементов суббрендирования.

Актуальность представленной темы обусловлена современными тенденциями развития промышленной корпорации, для которой характерно эффективное управление информационными потоками, совершенствование которого требует научного осмысления роли корпоративных коммуникаций в обеспечении устойчивого развития компаний.

Представленный автореферат свидетельствует, что логика реализуемой научной идеи, включает несколько уровней взаимодействия, что подтверждает его научную и практическую значимость. Поэтому в данном контексте значительно возрастает роль корпоративных изданий как составляющей системы маркетинговых коммуникаций, что требует применения научно-методических подходов к формированию медийной стратегии военно-промышленной компании.

Освещение деятельности военно-промышленной компании с учётом закрытого характера функционирования объединений ОПК приобретает особую научно-практическую значимость. Ограничения на распространение информации, обусловленные требованиями безопасности и режимности, существенно сужают доступные каналы коммуникации. В связи с этим возникает объективная потребность в создании эффективных механизмов информационного сопровождения, способных обеспечить баланс между открытостью и соблюдением установленных ограничений.

Теоретические и практические результаты исследования подтверждены эмпирическими данными. Автор обосновывает возможность использования

аналитически данных, для совершенствования коммуникационной архитектуры интегрированных структур оборонно-промышленного комплекса. Стоит обратить, что формирование имиджа военно-промышленной корпорации в современных реалиях осуществляется в соответствии с ее маркетинговыми задачами и стратегическими целями развития, что предполагает согласованное представление информации в разных каналах и содержательный отбор публикаций. Предложенная автором методика переноса практик корпоративной социальной ответственности и корпоративной культуры позволяет учитывать их значение для создании положительного образа в цифровые платформы холдинга, что особенно актуально в условиях диверсификации деятельности ОПК. Сопоставление значимости коммуникаций с ожидаемой результативностью цифрового формата обеспечивает методологическую связь имиджевых задач с аналитическим обоснованием выбора, что позволяет объединить маркетинговую аналитику и методы формирования имиджа в единой исследовательской задаче, обеспечивающей применение механизмов синхронизации коммуникаций в условиях цифровой трансформации печатных корпоративных изданий.

Научно-практическая значимость диссертационного исследования подтверждается апробацией предложенных разработок в деятельности Концерна ВКО «Алмаз-Антей». Материалы исследования нашли применение в образовательном процессе АНО ДПО «Научно-образовательный центр воздушно-космической обороны «Алмаз-Антей» имени академика В.П. Ефремова». Основные результаты отражены в публикациях, перечень которых представлен в автореферате, включая четыре статьи, общим объемом 4,2 п.л. (весь объем авторский) опубликованы в рецензируемых научных изданиях, определенных ВАК при Минобрнауки России.

Однако отдельные положения работы и выводы автора имеют дискуссионный характер.:

1. В таблице 1 стр.20 для информационного стенда на основании исследований автора указано отсутствие факторов: «Наличие корпоративного издания в печатном виде, а также размещение на корпоративном портале», «Выход из печати в определенный день», что требует дополнительного обоснования авторской позиции;

2. Предложенная система показателей оценки эффективности корпоративных СМИ в ОПК нуждается в корректировки названия показателя: «Мы_слухи» целесообразно заменить на показатель «Реклама из уст в уста» (сарафанный маркетинг, word-of-mouth, WOM)» (таблица 2, стр.22).

Отмеченные замечания носят рекомендательный характер и не снижают научно-практической ценности исследования.

По результатам рассмотрения автореферата можно сделать вывод, что диссертационная работа Исайко Елизаветы Александровны на тему «Формирование корпоративных изданий как составляющей системы маркетинговых коммуникаций интегрированных структур оборонно-

промышленного комплекса» является завершенным самостоятельным научным исследованием, обладает научной новизной, теоретической и практической значимостью, соответствует паспорту научной специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика: маркетинг (экономические науки), а также критериям установленным требованиям Положения о порядке присуждения учёных степеней, утверждённого Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 № 842, предъявляемым к диссертациям на соискание учёной степени кандидата наук. Автор работы, Исайко Елизавета Александровна заслуживает присуждения учёной степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика: маркетинг (экономические науки).

Я, Красюк Ирина Анатольевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Профессор высшей школы передовых цифровых технологий Передовой инженерной школы «Цифровой инжиниринг» ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого», д.э.н., профессор

Красюк Ирина Анатольевна

08.10.2026

Почтовый адрес: 195251, г. Санкт-Петербург, вн. тер. г. муниципальный округ Академическое, ул. Политехническая, д.29 литера Б
Адрес электронной почты: krasyuk_ia@spbstu.ru
Телефон: +7 (812) 297-81-01 Дата: 5 октября 2026 г.