

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 Исаяко 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 Исаенко 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 суббрендинга.

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 создания 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 Концерн 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 корректировке 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 завершённым 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

08.10.2026

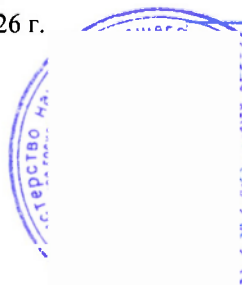
Красюк Ирина Анатольевна

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.

0
ут



Ф
В
«

ет
л.
г.