

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

ОТЗЫВ

**на автореферат диссертации Рябовой Ольги Владимировны
на тему «Стратегия управления брендом образовательной
организации как фактор повышения её конкурентоспособности»,
представленной на соискание учёной степени кандидата экономических
наук по научной специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая
экономика: маркетинг (экономические науки)**

Автореферат посвящен актуальной проблеме разработки стратегии управления брендом образовательной организации в условиях цифровизации и усиления конкуренции между ними. В работе представлен комплексный подход, включающий как теоретические положения, так и прикладные инструменты оценки эффективности бренд-стратегии.

Актуальность темы обоснована трансформацией образовательной среды и необходимостью формирования устойчивого конкурентного позиционирования вузов.

Цель исследования состоит в разработке методических подходов к построению стратегии управления брендом образовательной организации и оценке её результативности на основе гибридной архитектуры мастер-бренда с элементами суббрендинга. Достижение этой цели обеспечивается системой задач: от раскрытия роли бренда в стратегическом управлении до построения концептуальной архитектуры интегрированной системы маркетинговой информации (ИСМИ). Логика задач выстроена последовательно и подчинена единой исследовательской рамке.

Представляет интерес математическая модель, которая включает в себя

пять интегральных индексов (AWI, LAI, N, IPO, BRSI) и впервые связывает маркетинговые метрики с ключевыми показателями результативности вуза – набором студентов, финансовой устойчивостью, публикационной активностью.

Автор затрагивает проблематику, которую в последнее десятилетие все настойчивее обсуждают как теоретики маркетинга, так и практики высшего образования: возможности и ограничения перенесения корпоративных инструментов бренд-менеджмента на образовательные организации со свойственной им социальной миссией, множественностью стейкхолдеров и регуляторной зависимостью. Общая концепция работы — разработка экосистемной, человекоцентричной стратегии управления брендом на основе гибридной архитектуры с суббрендами — представляется перспективной и своевременной.

Вместе с тем отдельные положения работы могут быть предметом научной дискуссии.

В частности, представляется, что предложенная гибридная архитектура бренда могла бы быть дополнительно конкретизирована с точки зрения механизмов её практической реализации, особенно в части взаимодействия мастер-бренда и суббрендов на уровне управленческих решений.

Также было бы полезно более детально раскрыть отдельные аспекты применения разработанной математической модели, особенно в части интерпретации результатов и возможностей ее адаптации к различным типам образовательных организаций. Пять интегральных индексов сформированы с применением метода множественной линейной регрессии, однако в автореферате не указаны значения объясняющей способности построенных моделей (R^2 , F-статистика, p-значения коэффициентов).

Отмеченные замечания носят уточняющий и дискуссионный характер и не снижают общей высокой оценки проведенного исследования.

В целом, диссертация Рябовой Ольги Владимировны на тему «Стратегия управления брендом образовательной организации как фактор повышения её

конкурентоспособности» по своему теоретическому уровню, научной новизне и практическому значению удовлетворяет требованиям Положения о порядке присуждения ученых степеней, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 № 842, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата наук, а ее автор, Рябова Ольга Владимировна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальностям 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика: маркетинг (экономические науки).

Профессор кафедры маркетинга

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
экономический университет»,

д.э.н., профессор

Мелентьева Надежда Ивановна



«21» 04 2026 г.

эва
г.

Сведения:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»
Россия, 191023, город Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, д. 30-32, литер А
Телефон (812) 500-43-05 доб. 4929, 4928 E-mail: dept.km@unecon.ru
Сайт образовательной организации <https://unecon.ru/>

