

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)**

Одним из наиболее полезных результатов диссертационного исследования Исайко Елизаветы Александровны является предложенная система оценки эффективности корпоративных СМИ. Вопрос о том, как связать деятельность издания с задачами предприятия, имеет самостоятельное значение для маркетинговой аналитики. Для организаций ОПК он дополнительно осложняется ограничениями доступа к информации и неоднородностью аудитории. Выбор темы исследования поэтому представляется обоснованным.

Автор структурирует показатели по стратегическому, тактическому и операционному уровням, связывает индикаторы с источниками данных и описывает нормализацию и взвешивание оценок. Объединение данных опросов, кадровых подразделений и редакционной деятельности создает информационную основу для маркетинговой аналитики. Расчет показателей придает сопоставлению этих сведений последовательный характер. Система позволяет сопоставлять разные стороны работы корпоративных СМИ и

использовать полученные оценки для корректировки коммуникационной политики. Преимуществом является сохранение отдельных профилей эффективности наряду с интегральной оценкой.

Показатели вклада в имидж и репутацию позволяют рассматривать работу издания в связи с тем, как компания представлена заинтересованным группам. Благодаря этому оценочный инструментарий дополняет методы формирования образа организации в рамках ее маркетинговой стратегии. В автореферате учитываются использование материалов в презентациях для партнеров, отзывы и упоминания корпоративных СМИ заказчиками. Эти индикаторы отражают отдельные стороны восприятия компании и дополняют предложенные автором методы согласования коммуникаций. Положительно оцениваю стремление сопровождать формирование имиджа наблюдаемыми характеристиками, сохраняя различие между коммуникационной активностью и ее результатами.

Апробация на пяти предприятиях Концерна ВКО «Алмаз – Антей» иллюстрирует диагностические возможности системы. Представленная на рисунке 7 визуализация позволяет сопоставлять профили эффективности и выделять направления, требующие управленческого внимания. Этот результат согласуется с общей логикой диссертации, где оценка завершает цикл формирования корпоративных изданий и служит основанием для его корректировки.

К достоинствам исследования относится и учет печатных каналов наряду с цифровыми. Тем самым оценка коммуникаций ориентируется на реальные условия доступа персонала к информации, что особенно существенно при сравнении предприятий с разной организацией рабочих мест.

Важным достоинством является разделение уровней оценки. Регулярность выпуска и организация подготовки материалов характеризуют работу редакции, тогда как доверие аудитории и вклад в имидж отражают другие стороны результата. Их раздельное представление позволяет не

сводить эффективность издания к количеству публикаций. Для руководителя это даст возможность обсуждать, какие изменения нужны в редакционном процессе и какие – в содержании взаимодействия с читателями.

Методическое значение имеет включение в анализ нескольких источников информации. Опросы сотрудников дополняются сведениями подразделений и анализом использования публикаций. Такая организация оценки создает основу для сопоставления редакционных показателей с задачами предприятия. При этом работа сохраняет внимание к различиям дочерних структур: коммуникационные условия и доступность каналов влияют на то, как следует интерпретировать результаты.

Представленный подход полезен и для планирования. Если показатели охвата, качества содержания и организационной результативности рассматриваются отдельно, проще определить направление следующего управленческого решения. Именно эта связь анализа с корректировкой деятельности делает предложенную систему содержательной частью управления маркетинговыми коммуникациями.

Единственное замечание относится к детализации расчетной части автореферата. В формулах нормализации целесообразно оговорить порядок обработки значений, выходящих за плановые или исторические границы. Это частное уточнение помогло бы одинаково интерпретировать показатели при перевыполнении целевых ориентиров или ухудшении исходных условий.

Указанное замечание относится к полноте методических пояснений в автореферате и не ставят под сомнение целесообразность предложенной системы. Исследование содержит содержательно связанные теоретические и прикладные результаты, значимые для управления маркетинговыми коммуникациями.

В целом, диссертация Исайко Елизаветы Александровны на тему «Формирование корпоративных изданий как составляющей системы маркетинговых коммуникаций интегрированных структур оборонно-

промышленного комплекса» 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, Исайко Елизавета Александровна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальностям 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика: маркетинг (экономические науки).

Я, Ушакова Елена Викторовна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Заведующий кафедрой менеджмента
и государственного и
муниципального управления ЧОУ ВО
«Санкт-Петербургский университет
технологий управления и
экономики», к.э.н., доцент



Ушакова Елена Викторовна

Почтовый адрес: Лермонтовский пр., д. 44, г. Санкт-Петербург, 190020.
Адрес электронной почты: e.ushakova@spbume.ru
Телефон: +79112222299
Дата: 30 сентября 2026 г.

Д
В
«

Г
Л
.




От:
утв

И,
В