

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)**

Корпоративное издание крупного промышленного холдинга решает несколько взаимосвязанных задач: информирует сотрудников, поддерживает обмен опытом между предприятиями и участвует в формировании образа компании. Согласовать эти задачи особенно важно там, где дочерние общества различаются по профилю работы и условиям доступа к информации. Именно этой управленческой проблеме посвящено исследование Исайко Елизаветы Александровны.

В автореферате убедительно показана необходимость единой информационной политики при сохранении различий между каналами и аудиториями. Практически значимым результатом считаю механизм синхронизации коммуникаций. Выделенные автором шесть блоков связывают диагностику, редакционные процессы, обратную связь и технологическое обеспечение. Благодаря этому сведения, поступающие из дочерних обществ, включаются в общую систему маркетинговой информации и становятся основой согласованного планирования коммуникаций. Анализ обратной связи позволяет уточнять принятые решения.

Предложение о формировании конвергентной редакционной структуры имеет и маркетинговый смысл. Совместная подготовка материалов для разных каналов создает условия для согласованного представления компании перед работниками, партнерами и заказчиками. Так организация редакционной деятельности становится средством формирования целостного имиджа компании в соответствии с ее маркетинговыми задачами. Положительно оцениваю включение реакции аудитории в корректировку информационной политики: оно позволяет учитывать восприятие компании при последующем выборе содержания и способов его подачи.

Отдельно отмечу методику отбора материалов для цифрового распространения. Сопоставление социально-культурной значимости практики с ожидаемой операционной эффективностью ее переноса помогает расставлять редакционные приоритеты. Такой подход полезен при ограниченных ресурсах: содержание, важное для работников, может потребовать существенной адаптации, даже если его публикация в новом формате технически проста.

Представленные решения дополнены системой оценки эффективности. Разделение показателей по уровням позволяет руководителю увидеть, связаны ли затруднения с организацией редакционной работы, взаимодействием с аудиторией или вкладом издания в цели компании. Сведения об апробации и внедрении результатов в

Концерне ВКО «Алмаз – Антей» усиливают практическую ценность предложений.

Единственное замечание относится к детализации организационного блока механизма. В автореферате было бы полезно показать на одном типовом примере распределение ответственности между редакцией головной организации и редакциями дочерних обществ при подготовке общего материала. Такое дополнение сделало бы более ясным порядок согласования публикации и разрешения расхождений между участниками процесса.

Указанное замечание носит уточняющий характер и не затрагивает содержание разработанного механизма. Работа предлагает последовательное решение актуальной задачи управления корпоративными коммуникациями и имеет значение для практики промышленных объединений. Считаю обоснованным присуждение Исайко Елизавете Александровне ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика: маркетинг.

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).

Профессор кафедры менеджмента,
маркетинга и государственного
управления ФГБОУ ВО
«Орловский государственный
университет имени
И.С.Тургенева», д.э.н., доцент

Ляпина Иннара Рафаильевна

Наименование университета: ФГБОУ ВО Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева

Почтовый адрес: ул. Комсомольская, д. 95, Орловская область, г. Орел, 302026.

Телефон: +7(4862)417-777

сайт: <https://oreluniver.ru/>

e-mail: innara_lapina@mail.ru

Дата: 17 сентября 2026 г.

Подпись Ляпиной И.Р. заверяю

И.о. проректора по научной работе
и международной деятельности

Радченко Сергей Юрьевич