

ОТЗЫВ НАУЧНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ

**на Исайко Елизавету Александровну,
автора диссертации на тему «Формирование корпоративных изданий
как составляющей системы маркетинговых коммуникаций
интегрированных структур оборонно-промышленного комплекса»,
представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук
по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика: маркетинг**

Исайко Елизавета Александровна в 2013 году окончила автономную некоммерческую образовательную организацию высшего профессионального образования «Одинцовский гуманитарный институт» (ныне Одинцовский филиал МГИМО МИД России) с присуждением квалификации «менеджер» по специальности «менеджмент организации» (диплом специалиста КТ № 35781, регистрационный номер 13/0106 от 15 июня 2013г.). В 2015 году с отличием окончила федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» (Москва) с присуждением квалификации «магистр» по направлению подготовки 40.04.01 Юриспруденция (диплом магистра 107718 0473176, регистрационный номер 01 от 31.07.2015г.).

Диссертационное исследование Исайко Е.А. посвящено актуальной научно-практической проблеме трансформации корпоративных средств массовой информации в эффективный инструмент маркетинговых коммуникаций в условиях цифровизации экономики и специфики функционирования интегрированных структур оборонно-промышленного комплекса Российской Федерации.

Актуальность темы исследования не вызывает сомнений. В современных условиях медиаобеспечение деятельности компаний выступает одним из ключевых факторов реализации маркетинговой стратегии, а для организаций ОПК, характеризующихся закрытостью, сложной иерархической структурой и мультисистемной средой функционирования, формирование научно обоснованных подходов к развитию корпоративных коммуникаций приобретает особое значение. Автором обоснованно показано, что существующие подходы к организации корпоративных СМИ в значительной степени основаны на эмпирическом опыте и интуитивных решениях, что требует разработки системных теоретических и методических положений.

В ходе работы над диссертацией Исайко Е.А. проявила себя как сложившийся исследователь, способный самостоятельно формулировать цели и задачи, выстраивать логику исследования, обосновывать научную новизну и практическую значимость полученных результатов. Автором изучен и критически проанализирован значительный объем научной и методической литературы по проблематике маркетинга, маркетинговых коммуникаций, корпоративных СМИ и цифровой трансформации (167 источников), что позволило сформировать прочную теоретическую базу исследования.

Научная новизна работы заключается в разработке теоретической и методической основ трансформации корпоративных СМИ предприятий ОПК в интегрированный инструмент маркетинговых коммуникаций в цифровой среде. Автором предложены:

- концепция формирования корпоративных изданий как элемента системы маркетинговых коммуникаций интегрированных структур ОПК, определяющая направления организационно-экономических и информационно-технологических трансформаций;
- механизм синхронизации коммуникаций при переходе печатных корпоративных изданий в цифровую среду, адаптированный к специфике закрытых корпоративных сред ОПК;
- методика отбора коммуникаций корпоративного издания в цифровом пространстве для переноса наилучших практик КСО и корпоративной культуры;
- система показателей оценки эффективности корпоративных СМИ как инструмента маркетинговых коммуникаций.

Представленные в диссертации положения соответствуют Паспорту научной специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика: маркетинг в части п. 10.7. «Формирование и развитие интегрированных систем маркетинговой информации. Маркетинговая аналитика» и п. 10.16. «Современные методы формирования имиджа организации как элемента маркетинговой стратегии».

Практическая значимость исследования подтверждается апробацией результатов в деятельности Научно-образовательного центра воздушно-космической обороны «Алмаз – Антей» им. академика В.П. Ефремова, многолетней издательской деятельностью АО «Концерн ВКО «Алмаз-Антей»,

профессиональной деятельностью в центре по взаимодействию с органами государственной власти АО «Концерн ВКО «Алмаз-Антей», а также представлением основных положений на шести всероссийских и международных научно-практических конференциях в 2023–2025 гг. По теме диссертации опубликовано 11 научных работ, из них 4 статьи в рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК. Все опубликованные работы в полной мере отражают основные научные положения диссертации.

1) Исайко, Е. А. Роль СМИ в формировании корпоративной культуры / Е. А. Исайко // Инновации и инвестиции. – 2024. – № 4. – С. 135–138. – ISSN 2307-180X.

2) Исайко, Е. А. Исследование маркетингового аспекта в формировании корпоративных СМИ / Е. А. Исайко // Практический маркетинг. – 2024. – № 12 (330). – С. 20–24. – ISSN 2071-3762.

3) Исайко, Е. А. Разработка концепции формирования корпоративных изданий как системы коммуникаций в рамках интегрированных структур ОПК / Е. А. Исайко // Экономика и управление: проблемы, решения – 2025. – № 5 (158). – Том 2. – С.46–56. – ISSN 2227-3891.

4) Исайко, Е. А. Метрики эффективности корпоративных СМИ как инструмента системы маркетинговых коммуникаций/ Е. А. Исайко // Учет и контроль – 2025. - № 12. – Том 5. – С.114-122. – ISSN 2415-7783.

Публикации в других научных изданиях:

5) Исайко, Е. А. Информационное сопровождение лидерской программы // Опыт лидерского движения в Концерне ВКО «Алмаз – Антей»: монография / Д. С. Джепа, С. Е. Ерошин [и др.]. – Москва: Издательство МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2024. – С. 146-180. – ISBN 978-5-7038-6464-7.

6) Исайко, Е. А. Корпоративные (региональные) СМИ как инструмент формирования имиджа компании // Актуальные проблемы развития хозяйствующих субъектов, территорий и систем регионального и муниципального управления: материалы XVIII Международной научно-практической конференции. – Москва: Издательство Истоки, 2023. – С. 19–22. – ISBN отсутствует.

7) Исайко, Е. А. Корпоративные СМИ, как инструмент менеджмента // Информационные технологии и интеллектуальные системы: сборник научных

трудов по материалам II ежегодной национальной конференции (Москва, 26–28 марта 2024 г.) / редакционная коллегия: А. А. Бакаев (главный редактор) [и др.]. – Москва: МИРЭА – Российский технологический университет. – 2024. – С.652–655. – ISBN отсутствует.

8) Исайко, Е. А. О формировании корпоративных СМИ холдинга // Экономика предприятий и интегрированных структур оборонно-промышленного комплекса: материалы Первой научно-практической конференции. – Москва: АО «Концерн воздушно-космической обороны «Алмаз – Антей», 2024. – С. 24–25. – ISBN отсутствует.

9) Исайко, Е. А. Организационно-экономические аспекты информационного сопровождения деятельности интегрированных структур ОПК // Границы возможного в рекламном и PR-креативе: сборник материалов Шестой Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. – Москва: Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, 2025. – С. 134-136. – ISBN отсутствует.

10) Исайко, Е. А. Формирование корпоративных СМИ как инструмента реализации маркетинговой стратегии компании // Экономика предприятий и интегрированных структур оборонно-промышленного комплекса. Материалы Второй научно-практической конференции. – Москва: АО «Концерн воздушно-космической обороны «Алмаз – Антей», 2025. – С. 41. – ISBN отсутствует.

Иные публикации:

11) Исайко, Е.А. Корпоративные СМИ в новых условиях / Е. А. Исайко // Экономика и предпринимательство. – 2022. – №12 (149) – С. 1451-1453 – ISSN 1999-2300.

Характеризуя личностные качества соискателя, следует отметить высокий уровень теоретической подготовки, системность мышления, способность к анализу сложных организационно-экономических систем, а также умение применять формализованные математические методы для решения прикладных задач. Исайко Е.А. проявила себя как ответственный и целеустремленный исследователь, способный доводить начатую работу до логического завершения и представлять результаты в виде завершенных научных положений.

Структура и содержание диссертации соответствуют поставленным цели и задачам. Работа изложена логично, результаты исследования аргументированы и подтверждены расчетами. Автореферат в полной мере отражает основное содержание диссертации. Итоговая оценка оригинальности текста диссертации Исайко Е.А. в системе «Антиплагиат», включая самоцитирование, составляет 93,31%.

Считаю, что диссертация Исайко Е. А. на тему «Формирование корпоративных изданий как составляющей системы маркетинговых коммуникаций интегрированных структур оборонно-промышленного комплекса» соответствует требованиям «Положения о присуждении в Финансовом университете ученой степени доктора наук, ученой степени кандидата наук», утвержденного приказом Финансового университета от 30.08.2019 №1714/о, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата наук, и может быть рекомендована к защите в диссертационном совете Финансового университета.

Научный руководитель,
профессор кафедры национальной и региональной экономики
Федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«Российский экономический университет
имени Г.В. Плеханова»,
д.э.н. (08.00.05), профессор
«11» августа 2026 г.

Сибирская Елена Викторовна

115054, Москва, Стремянный пер., д. 36, корп. 3
Телефон: 8 (499) 237-87-81
E-mail: Sibirskaya.EV@rea.ru

