

В диссертационный совет МГУ.052.7  
Московского государственного университета имени М.В.  
Ломоносова

**Отзыв на автореферат  
диссертации И. З. Исакова на тему:  
«Разработка стратегии маркетинговых коммуникаций организаций на  
рынке онлайн-образования», представленной на соискание научной  
степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3  
«Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)»**

Диссертационное исследование Исакова И. З. посвящено разработке стратегии маркетинговых коммуникаций организаций рынка онлайн-образования. Работа охватывает полный цикл стратегического анализа - от диагностики состояния рынка до формирования интегрированной коммуникационной модели.

Особое внимание заслуживает системное использование классических моделей стратегического маркетинга, что позволило автору построить методический каркас разработки коммуникационных стратегий. Подобных подход демонстрирует зрелость научного мышления автора и умение работать на стыке теории и прикладной практики.

Значимым результатом является выявление и характеристика трёх устойчивых сегментов родительской аудитории — «молодых цифровых сторонников», «рациональных академиков» и «гибридных рационалистов». Кластеризация, выполненная на базе эмпирических данных, подтверждает достоверность и валидность полученных результатов. Автор грамотно сочетает количественные и качественные методы, применяя статистический инструментарий (метод k-средних, кластерный анализ) и глубинные интервью, что обеспечивает репрезентативность исследования.

Высокой оценки заслуживает и использование PEST-анализа для определения макроэкономических и институциональных факторов, влияющих на коммуникационные стратегии EdTech-организаций.

Вместе с тем можно отметить несколько направлений, требующих дальнейшего развития:

- Представляется полезным включить в исследование сравнительный анализ зарубежных подходов к сегментации родительских аудиторий, а именно понять, как выстраиваются маркетинговые коммуникации в зарубежных онлайн школах и что можно адаптировать в российских реалиях.
- Учитывая описанные в работе современные задачи развития цифровых методов образования, следовало бы более конкретно показать, каким образом предложенная методика может быть использована на уровне решения задач, реализуемых в рамках национальных и федеральных проектов РФ.

Диссертация Исакова И. З. отвечает всем требованиям, предъявляемым к кандидатским исследованиям по специальности 5.2.3 «Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)». Работа отличается логичностью построения, научной новизной и прикладной значимостью. Автор диссертационного исследования заслуживает присуждения учёной степени кандидата экономических наук.

*Согласен/-на на сбор, обработку, хранение и размещение в сети «Интернет» моих персональных данных (в соответствии с требованиями Приказа Минобрнауки России № 662 от 1 июля 2015 года), необходимых для работы диссертационного совета № МГУ.052.7 (08.04)*

**Пономарёва Елена Анатольевна,  
К.э.н. доцент кафедры Менеджмента,  
Маркетинга и ВЭД  
Им. И.Н. Герчиковой МГИМО МИД России**