

Отзыв на автореферат И. З. Исакова

«Разработка стратегии маркетинговых коммуникаций организации на рынке онлайн-образования», представленной на соискание научной степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3 «Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)»

Исследование Исакова И. З. посвящено крайне актуальной теме, а именно разработке эффективной стратегии маркетинговых коммуникаций в сфере онлайн-образования. В условиях активного роста EdTech-рынка, и усиливающейся конкуренции предложенная автором стратегия приобретает особую значимость для специалистов в области маркетинга образовательных услуг.

Автор рассматривает маркетинговые коммуникации не только как инструмент продвижения, но и как стратегическую основу формирования долгосрочных отношений между брендом и потребителем. Научная новизна исследования заключается в разработке интегрированной модели стратегического управления коммуникациями, основанной на объединении SOSTAC, STP и PESO. Также автором отмечается вариативность инструментов продвижения образовательных услуг, что обеспечивает возможность подбора оптимальных коммуникационных каналов под разные целевые аудитории, повышая эффективность маркетинговых кампаний и уровень доверия к школе. Описанные этапы воронки коммуникаций могут быть использованы в качестве практического руководства или инструкции для EdTech-компаний. Достоинством исследования является привязка теоретических положений к реальному кейсу шахматной онлайн-школы, что демонстрирует применимость результатов в условиях конкретного бизнеса.

Положительно оценивается и аналитическая часть работы: автор приводит расчёты отраслевых индексов (Линда, CRSV, HTSV), подтверждающих постепенный переход рынка к олигопольной модели, а также обосновывает, что именно коммуникационные практики становятся ключевым фактором конкурентного преимущества.

При всей фундаментальности и практической ориентированности исследования можно выделить несколько аспектов, которые являются дискуссионными и могут стать основой для дальнейшего развития темы:

- Уточнить возможности внедрения предложенной стратегии в сегменте B2B-образовательных услуг.
- Более подробно рассмотреть вопросы правового регулирования и этики в EdTech-коммуникациях при работе с детской аудиторией.

Указанные дискуссионные моменты не снижают общей значимости диссертационного исследования.

Диссертационное исследование Исакова Ифраима Захаровича «Разработка стратегии маркетинговых коммуникаций организации на рынке онлайн-образования» обладает высокой научной и практической ценностью. Полученные результаты могут быть использованы при формировании стратегий развития образовательных онлайн-платформ, а также в системе подготовки специалистов по маркетингу и управлению проектами в цифровой среде. Результаты работы соответствует требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям по специальности 5.2.3 «Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)», а её автор заслуживает присуждения учёной степени кандидата экономических наук.

Шарафутдинова Эльвина Марсовна, продуктовый маркетолог бизнес юнита «Обучение» в МТС Линк (ООО «Вебинар технологии»)

24 ноября 2025 г.