

**Сведения об официальных  
оппонентах по диссертации**

*Исакова Ифраима Захаровича*

*«Разработка стратегии маркетинговых коммуникаций организации на рынке  
онлайн-образования»*

**1. Ф.И.О.: Молчанов Игорь Николаевич**

**Ученая степень:** доктор экономических наук

**Ученое звание:** профессор

**Научная специальность:** 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством

**Место работы:** ФГАОУ ВО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова»

**Должность:** профессор кафедры экономики для естественных и гуманитарных факультетов экономического факультета, заведующий отделом центра стратегии развития образования

**Адрес места работы:** 119991, г. Москва, Ленинские горы., д. 1, стр. 46

**Тел.:** 8 (495) 939-33-03

**E-mail:** molchanov@econ.msu.ru

Список основных научных публикаций по специальности и/или проблематике  
оппонируемой диссертации за последние 5 лет:

1. **Молчанов И. Н.** Образование и экономический рост: настоящее и взгляд в будущее // Государственное управление. Электронный вестник. – 2025. – № 108. – С. 68–79. – DOI: 10.55959/MSU2070-1381-108-2025-68-79.
2. **Молчанов И.Н.** Поведенческая экономика в глобализирующемся мире // Россия и современный мир. — 2024. № 4. – С. 25-43.
3. **Молчанов И.Н.** Образование и профессиональная подготовка как инструменты формирования человеческого капитала // Экономика. Налоги. Право. — 2023. Т. 16. – № 2. – С. 108-118.
4. **Молчанов И. Н., Молчанова Н. П.** Развитие стратегического планирования в России: взгляд через призму высшего экономического образования // Россия и современный мир. – 2023. – № 4. – С. 23–38. – DOI: 10.31249/rsm/2023.04.02.
5. **Молчанов И. Н.** Образование как социальный институт: предпринимательский вектор // Экономика. Налоги. Право. – 2022. – Т. 15, № 5. – С. 38–46. – DOI: 10.26794/1999-849X.

**2. Ф.И.О.: Тхориков Борис Александрович**

**Ученая степень:** доктор экономических наук

**Ученое звание:** профессор

**Научная специальность:** 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством

**Место работы:** ФГАОУ ВО «Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)»

**Должность:** заведующий кафедрой сервисных технологий и бизнес-процессов

**Адрес места работы:** 117997, Москва, ул. Садовническая, д. 33, стр. 1

**Тел.:** 8 (495) 811-01-01 доб. 1043

**E-mail:** tkhorikov-ba@rguk.ru

Список основных научных публикаций по специальности и/или проблематике  
оппонируемой диссертации за последние 5 лет:

1. Тхориков Б. А. Маркетинговые инновации в таргетировании на фоне оптимизации рекламных кампаний // *Экономика и управление: проблемы, решения.* – 2025. – Т. 15, № 3(156). – С. 113–118. – DOI: 10.36871/ek.ur.p.r.2025.03.15.013
2. Чжан Ц., Тхориков Б. А. Исследование трансформации маркетинговых стратегий в контексте интернет-экономики // *Universum: экономика и юриспруденция.* – 2023. – № 1(100). – С. 28–30
3. Доль О. С., Тхориков Б. А. Сегментация клиентов в онлайн-сфере дополнительного профессионального образования // *Бизнес и общество.* – 2022. – № 3(35)
4. Доль О. С., Тхориков Б. А. Тенденции развития онлайн-образования в сегменте дополнительного профессионального образования // *Журнал прикладных исследований.* – 2022. – Т. 1, № 11. – С. 36–42

**3. Ф.И.О.: Шарко Елена Романовна**

**Ученая степень:** кандидат экономических наук

**Ученое звание:** нет

**Научная специальность:** 08.00.04 – Экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности)

**Место работы:** Национальный исследовательский институт «Высшая школа экономики»

**Должность:** старший преподаватель департамента маркетинга Высшей школы бизнеса

**Адрес места работы:** 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20

**Тел.:** +7 (495) 531-00-00

**E-mail:** hse@hse.ru

Список основных научных публикаций по специальности и/или проблематике  
оппонируемой диссертации за последние 5 лет:

1. Тункевичус Э. О., Шарко Е. Р., Ребязина В. А., Мусатова Ж. Б. Факторы, формирующие лояльность пользователей онлайн-сервисов // *Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика.* – 2024. – Т. 59, № 2. – С. 234–263. – DOI: 10.55959/MSU0130-0105-6-59-2-11.
2. Rebiazina V., Sharko E., Berezka S. The impact of relationship marketing practices on companies' market and financial performance in emerging markets // *Journal of Economics, Finance and Administrative Science.* – 2024. – DOI: 10.1108/jefas-01-2022-0034.
3. Муратова В. В., Шарко Е. Р. Адаптация бизнес-модели D2C для маркетплейсов на рынке электронной коммерции: факторы, влияющие на выбор продавцов // *Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика.* – 2024. – Т. 59, № 5. – С. 172–199. – DOI: 10.55959/MSU0130-0105-6-59-5-9.
4. Шарко Е. Р., Иванова А. А. Влияние персонализированного маркетинга на формирование доверия у потребителей российского рынка e-grocery // *Вестник*

*Московского университета. Серия 6. Экономика. – 2022. – № 6. – С. 221–250. – DOI: 10.38050/013001052022610*

Ученый секретарь  
диссертационного совета МГУ.052.7,  
*Н.П. Кононкова*

---

*27 октября 2025 года*