

**Отзыв на автореферат диссертации И. З. Исакова на тему:**

**«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)**

Диссертационное исследование Исакова Ифраима Захаровича посвящено решению задачи по формированию системной стратегии маркетинговых коммуникаций для организаций, работающих в сегменте дополнительного детского образования.

Работа отличается глубиной проработки предметной области и широким охватом факторов, влияющих на коммуникационную деятельность образовательных организаций. Автор изучает структуру конкуренции (включая отраслевые показатели CRSV и HTSV, представленные в Таблице 1 на стр. 11 автореферата), анализирует внешние факторы, влияющие на организации отрасли (Таблица 2, стр. 13-15), исследует особенности целевой аудитории с помощью аналитических инструментов. Такой подход формирует обоснованный фундамент для разработки коммуникационной стратегии.

Особым достоинством работы является акцент на поведенческих и ценностных характеристиках потребителей. Разработанные сегменты основаны не только на социо-демографических характеристиках, но и на различиях в восприятии обучения, чувствительности к формату подачи и предпочтениям каналов взаимодействия.

В автореферате неоднократно подчёркивается, что выбор образовательной платформы определяется не только стоимостью и качеством контента, но также репутацией, экспертностью преподавателей, прозрачностью процессов и восприятием бренда как надёжного и этичного.

Высокой оценке подлежит и эмпирическая часть. Автор использует методы статистического анализа, обосновывает выбор кластерного подхода и демонстрирует репрезентативность выборки.

Разработанные в диссертации практические рекомендации характеризуются структурированностью и продуманностью. Важно, что рекомендации основаны на данных, а не на обобщённых правилах. Например, в Таблице 4 на стр. 18 автор показывает, какие инструменты коммуникаций релевантны каждому сегменту, и объясняет различия в их применимости (контент, видеоформаты, рекомендации, опыт существующих пользователей, экспертные материалы и др.). Такой подход делает рекомендации пригодными для внедрения в организациях разного масштаба.

Также автор не ограничивается анализом текущего состояния рынка, а рассматривает его в динамике: изучает влияние институциональных изменений, технологических трендов, роста цифровой грамотности, появления новых рекламных видеоформатов, интеграции ИИ и тенденции к формированию «альфа-империй» внутри EdTech-рынка. Это подчёркивает стратегическую направленность работы.

Несмотря на высокую степень завершённости исследования, несколько аспектов могут стать основой для дальнейшего развития темы:

- было бы полезно подробнее рассмотреть возможные ограничения при тиражировании рекомендаций автора на другие подсегменты.
- интересным видится развитие темы этических аспектов коммуникаций в детском сегменте с учётом элементов доверия и прозрачности.
- дополнительный интерес может вызвать анализ того, насколько предложенные коммуникационные решения способствуют удержанию аудитории и стимулируют повторное использование услуги.

Вместе с тем, указанные рекомендации не снижают значимости диссертационного исследования. Диссертация Исакова Ифраима Захаровича характеризуется комплексностью и практической направленностью. Работа

сочетает теоретический анализ, серьёзную эмпирическую базу и качественно сформулированные выводы.

Диссертация соответствует требованиям, установленным Московским государственным университетом имени М.В. Ломоносова к кандидатским диссертациям, а ее автор, Исаков Ифраим Захарович, заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

ФИО, должность

Жуков Фёдор Андреевич, руководитель направления SMM

ООО «МТС Рекламные технологии»

8 декабря 2025 г.

Контактные данные:

fazhukov1@mts.ru