

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО СОВЕТА

на базе РАНХиГС при Президенте РФ  
(созданного приказом ректора РАНХиГС  
от 09 декабря 2025 г. № 01-21790/001)

по защите диссертации Жирковой Марины Владимировны на тему:  
«Брендинг территорий как инструмент регионального развития»,  
представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук  
по специальности 5.2.3. – Региональная и отраслевая экономика.

Диссертация Жирковой Марины Владимировны на тему «Брендинг территорий как инструмент регионального развития», представленная на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. – Региональная и отраслевая экономика, выполнена на кафедре менеджмента Владимирского филиала ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

Диссертация принята к защите на основании приказа ректора ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» от 09 декабря 2025 г. № 01-21790/001.

**Соискатель** – Жиркова Марина Владимировна, 1996 года рождения:

- в 2018 году окончила Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» по направлению подготовки бакалавриата 38.03.02. «Менеджмент», диплом бакалавра с отличием 107724 3647689, регистрационный номер 3613-111, выдан «12» июля 2018 года;

- в 2021 году окончила Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых» по направлению подготовки бакалавриата 44.03.01. «Педагогическое образование», диплом бакалавра с отличием 103324 5306113, регистрационный номер 3793, выдан «01» июля 2021 года;

- в 2020 году окончила Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова» программу магистратуры «Корпоративный менеджмент» по направлению подготовки 38.04.02. «Менеджмент», диплом магистра ААМ 1704193, регистрационный номер 27z-0053-31w, выдан «30» июня 2020 года;

- в 2020 году поступила в аспирантуру Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» по направлению подготовки 38.06.01.

«Экономика», направленности «Экономика и управление народным хозяйством», диплом об окончании аспирантуры 107724 1318153, регистрационный номер 10369-111, выдан «21» октября 2025 года.

В настоящее время работает в должности старшего преподавателя кафедры менеджмента Владимирского филиала ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

**Научный руководитель диссертации** – Макаров Павел Юрьевич, доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры менеджмента Владимирского филиала ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

На диссертацию Жирковой Марины Владимировны дали положительные отзывы официальные оппоненты:

**Данченко Лариса Александровна**, официальный оппонент, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры маркетинга ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Отзыв положительный, содержит замечания относительно: необходимости более подробного обоснования выбора компонентов для оценки практики брендинга территорий с точки зрения их связи с целями и задачами брендинга; целесообразности уточнения показателей и методов оценки эффективности бренда территории и их соответствия результатам региональной политики; методики получения информации о целевой аудитории изучаемых брендов; механизма управления и координации лиц, ответственных за реализацию брендинга территорий; конкретизации места модели реализации брендинга территорий в системе инструментов развития региона.

Указанные замечания носят дискуссионный и рекомендательный характер, не снижают теоретическую и практическую значимость результатов исследования

**Фирсова Ирина Анатольевна**, официальный оппонент, доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры маркетинга Факультета «Высшая школа управления» ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации».

Отзыв положительный, содержит замечания, связанные с: целесообразностью соотнесения результатов анализа с международным опытом брендинга территорий; структурной однородностью анализируемых брендов; факторами выбора принципов брендинга территорий, возможными противоречиями между принципами и механизмом их разрешения; показателями и индикаторами, необходимыми для оценки на каждом этапе предложенного алгоритма; сравнением компонентов предлагаемого алгоритма брендинга территорий с компонентами существующих моделей; эффектами предлагаемой автором модели и ее отличиями от существующих; вопросами распространенности, пространственного распределения и прочих

характеристиками брендинга территорий в сопоставлении с другими инструментами развития

Изложенные дискуссионные положения не уменьшают теоретическую и практическую ценность работы и могут быть использованы в качестве рекомендаций для будущих исследований диссертанта.

На диссертацию поступили положительные отзывы Председателя и членов диссертационного совета:

**Лапыгин Юрий Николаевич**, Председатель диссертационного совета, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры менеджмента Владимирского филиала ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

Отзыв положительный, включает замечания по вопросам: отличительных признаков первого и второго пункта новизны положений, которые соискатель выносит на защиту; возможностей брендинга как инструмента регионального развития; отличительных признаков новой модели брендинга территорий; пояснений того, как формируется команда брендинга территории; корректировок перечня инструментов брендинга, представленного в работе.

Отмеченные замечания не снижают теоретической и практической значимости результатов диссертационного исследования.

**Гойхер Олег Лазаревич**, член диссертационного совета, доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры менеджмента, директор Центра стратегического развития Владимирского филиала ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

Отзыв положительный, содержит замечания относительно: принципиальных отличий модели брендинга территорий как инструмента регионального развития от просто модели брендинга территорий; способности бренда к самостоятельному развитию и признаков максимального уровня развития бренда; способов оценки бренда как инструмента регионального развития; универсальности предлагаемого инструментария брендинга территорий и рисков унификации брендов.

Отмеченные замечания не влияют на общую положительную оценку работы, новизна и актуальность полученных соискателем результатов не вызывает вопросов.

**Губернаторов Алексей Михайлович**, член диссертационного совета, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры бизнес-информатики и экономики ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени А.Г. и Н.Г. Столетовых».

Отзыв положительный, содержит замечания по вопросам: логики взаимодействия между этапами алгоритма оценки практики брендинга территорий; более детального раскрытия содержания всех рекомендаций на подготовительном, основном и оценочно-контрольном этапах модели

брендинга территорий; перспектив предлагаемого подхода и того, как брендинг территорий может сочетаться с другими инструментами развития.

Приведенные замечания не снижают общей положительной оценки диссертации, ее теоретической значимости и практической ценности и носят рекомендательный характер в части углубления и расширения масштабов исследования.

**Кисляков Алексей Николаевич**, член диссертационного совета, доктор экономических наук, кандидат технических наук, доцент, профессор кафедры информационных технологий Владимирского филиала ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

Отзыв положительный, содержит замечания по поводу: роли и механизмов участия местных сообществ в формировании и продвижении бренда территории, а также эффективных инструментов их вовлечения; наиболее критичных для достижения успешного результата этапов модели брендинга территорий; эффективности брендинга как инструмента развития; места бренда территории в формировании конкурентных преимуществ (транслирует информацию о них или является таковым).

Отмеченные замечания и дискуссионные моменты имеют, преимущественно, частный характер и не ставят под сомнение основные результаты диссертационного исследования в целом.

**Мельников Роман Михайлович**, член диссертационного совета, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры государственного регулирования экономики Института государственной службы и управления ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

Отзыв положительный, содержит замечания относительно: полноты отражения объекта исследования (процесс и система брендинга территорий) в тексте диссертации; подхода диссертанта к разработке и реализации алгоритма оценки практики брендинга территорий различных субъектов Российской Федерации в части недостаточного внимания к выявлению факторов успеха или неудач брендинга; подхода диссертанта к оценке эффективности бренда территории, более ориентированного на оценку качества самого бренда, нежели социально-экономических результатов, достигнутых благодаря брендингу; корректности порядка реализации этапов брендинга территории; трактовки понятия целевой аудитории в рамках исследования; трактовки содержания «относительного показателя», используемого в работе.

Перечисленные замечания не влияют на общую положительную оценку работы и могут рассматриваться как рекомендации для последующих исследований.

В отзывах отмечено, что диссертация Жирковой М.В. выполнена самостоятельно, обладает актуальностью и научной новизной, а также имеет

научно-теоретическую, научно-методологическую и научно-практическую значимость. Несмотря на выявленные недостатки и спорные аспекты, авторы отзывов подчеркивают, что данные замечания не снижают научной ценности представленных результатов и выводов, выносимых на защиту.

За период проведения диссертационного исследования автором были опубликованы 5 научных статей в изданиях, входящих в «Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций, установленный ВАК при Минобрнауки России»:

1. Жиркова М.В. Брендинг территорий как инструмент региональной политики // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2024. – № 12(170). – С. 84-89. DOI: 10.26726/rppe2024v12btkir

2. Жиркова М.В. Понятие «бренд территорий»: критическое осмысление и систематизация // Вестник Академии знаний. – 2025. – № 1(66). – С. 209-212.

3. Жиркова М.В. Исследование практики применения брендинга территорий в субъектах Российской Федерации // Практический маркетинг. – 2025. – № 1(331). – С. 31-34. DOI: 10.24412/2071-3762-2025-1331-31-34

4. Жиркова М.В. Модель реализации брендинга территорий как инструмента регионального развития // Естественно-гуманитарные исследования. – 2025. – № 1(57). – С. 204-206.

5. Жиркова М.В. Обобщенная теоретическая модель брендинга территорий // Теория и практика общественного развития. – 2025. – № 2(202). – С. 140-144. DOI: 10.24158/tipor.2025.2.18

Публикации в полной мере соответствуют теме диссертационного исследования, отражают его результаты и детализируют ключевые положения работы.

По результатам рассмотрения и обсуждения итогов выполненного соискателем диссертационного исследования диссертационный совет пришел к следующему заключению:

**Научная новизна** теоретических положений, выводов и рекомендаций, содержащихся в диссертации М.В. Жирковой, заключается в следующем:

1. Разработан подход к изучению брендинга территорий, согласно которому последний трактуется как инструмент регионального развития и представляет собой средства и способы, обеспечивающие реализацию решений, направленных на достижение целей и задач субъекта Российской Федерации, путем повышения конкурентоспособности определенной его территории. Для обоснования данного подхода методом статистико-семасиологического анализа определена структура понятия «бренд территории» и показано наличие у него инструментальных свойств. Кроме того, систематизированы действующие инструменты регионального развития (территории опережающего социально-экономического развития, «точки роста», особые экономические зоны) и показана их совместимость с брендингом территорий. Предлагаемый подход рассматривает брендинг

территорий с управленческих позиций, тем самым дополняя существующий набор взглядов на изучение брендинга территорий.

2. Разработан алгоритм для изучения практики брендинга территорий, опирающийся на основные теоретические модели процесса брендинга территорий, представленные в научной литературе. Алгоритм представляет собой последовательную процедуру, включающую в себя определение субъектов управления, изучение целей разработки бренда территории, определение целевой аудитории брендинга, оценку отношения к бренду территории, выявление компонентов бренда территории, определение конкурентных преимуществ региона, определение инструментов формирования и развития бренда, а также оценку эффективности брендинга территории. Предложенный алгоритм дополняет существующую совокупность методов исследования брендинга территорий в части методов сравнительного исследования множественных кейсов брендинга территорий.

3. Сформулированы принципы брендинга территорий в контексте регионального развития. Отличительная черта предлагаемых принципов заключается в их эмпирическом характере и опоре на результаты критического анализа практики брендинга территорий в 40 субъектах Российской Федерации, дополненные сведениями по международному опыту брендинга территорий. Полученный перечень принципов включает в себя следующие правила брендинга территорий: целеполагания, ориентированности, системности, оценки результатов, коммуникации, планирования и использования, доступного образа территории и уникальности территории. Предложенные принципы дополняют теорию брендинга территорий, задавая руководящие основы для практики брендинга.

4. Разработана модель процесса и составлен инструментарий брендинга территорий как инструмента регионального развития. Процессная модель охватывает полный цикл разработки бренда территории: подготовительный этап (решение задач, связанных с формированием рабочей команды); основной этап (разработка и оценка элементов бренда территории); оценочно-контрольный этап. Для каждого этапа определены вход и выход и указаны ответственные участники (роли, должности). На основе модели систематизированы инструменты брендинга территорий, составившие инструментарий, рекомендованный к применению в процессе разработки бренда территории в контексте регионального развития. Особенность данной модели заключается в том, что она опирается на результаты теоретического и эмпирического анализа брендинга территорий и имеет управленческую направленность, концентрируясь на вопросах организации процесса брендинга, а не на создании бренда как такового; в этом отношении она дополняет существующие разработки в изучении брендинга территорий.

Диссертационный совет отмечает, что диссертация Жирковой М.В. соответствует п. 1.11. «Региональная экономическая политика: цели, инструменты, оценка результатов» и п. 10.19. «Маркетинг территорий как фактор социально-экономического развития и повышения инвестиционной

привлекательности» действующего Паспорта научной специальности 5.2.3. – Региональная и отраслевая экономика.

**Теоретическая значимость** диссертационного исследования заключается в том, что полученные в научные результаты дополняют теорию брендинга территорий в части вопросов организации и управления, предоставляют обширный эмпирический материал для дальнейшего изучения и в целом способствуют формированию взаимосвязи между брендингом территорий и вопросами управление региональным развитием. Тем самым, результаты диссертационного исследования могут служить основой для дальнейших теоретико-методологических разработок в данной области.

**Практическая значимость** диссертационного исследования состоит в возможности применения разработанной модели и инструментария брендинга территорий в деятельности федеральных и региональных органами власти по обеспечению социально-экономического развития субъектов РФ. Кроме того, выводы и положения, полученные в ходе анализа практики брендинга территорий субъектов Российской Федерации, могут быть использованы при организации процесса разработки брендов регионов, городов и отдельных территорий.

**Степень достоверности положений и результатов диссертационного исследования** не вызывает сомнений и подтверждается тем, что исследование опирается на научные труды ведущих зарубежных и отечественных ученых, занимающихся вопросами брендинга территорий. При этом информационной базой эмпирической части исследования выступил обширный массив сведений по практике реализации инструментов регионального развития и практике брендинга субъектов РФ. Для обработки перечисленной информации корректно использован комплекс методов, который позволил решить поставленные исследовательские задачи.

**Апробация результатов исследования.** Основные выводы и научно обоснованные предложения диссертанта были представлены и получили положительную оценку на различных всероссийских и международных научно-практических конференциях: международной научно-практической конференции «Экономика: вчера, сегодня, завтра» (г. Пенза, 2024); международной научно-практической конференции «Экономика и право» (г. Петрозаводск, 2024); международной научно-практической конференции «Брендинг как коммуникационная технология XXI века» (г. Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2025); всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции молодых ученых «Финансово-экономические исследования: актуальные вопросы теории и практики» (г. Донецк, Донецкий государственный университет и Московская школа экономики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2025); международной научно-практической конференции «Глобальные научные тренды: проблемы и решения» (г. Москва, 2025).

**Личный вклад соискателя** заключается в разработке общей концепции исследования, постановке целей и задач, анализе научных публикаций, формулировке новых теоретических положений и их практической апробации. Этим подтверждается определяющая роль автора в разработке идей, обоснованности предложенных научных решений и практических рекомендаций. Выводы объективно отражают основные результаты проведенного исследования. Выносимые на защиту положения опубликованы в рецензируемых журналах, одобренных Учёным советом РАНХиГС и ВАК при Минобрнауки России.

Диссертационный совет пришел к выводу о том, что диссертация Жирковой Марины Владимировны на тему «Брендинг территорий как инструмент регионального развития» является научно-квалификационной работой, в которой на основании выполненных автором исследований разработаны теоретические положения, совокупность которых можно квалифицировать как новое решение актуальной научной задачи разработки теоретико-методологического подхода к процессу брендинга территорий, позволяющего использовать брендинг территорий как инструмент регионального развития, имеющей важное значение для развития экономической науки и практики, что соответствует требованиям Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 года № 842 и Порядка присуждения ученой степени кандидата наук, ученой степени доктора наук в Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, утвержденного приказом ректора ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в редакции приказа от 30 апреля 2025 года № 02-763, приказ об изм. № 02-1313 от 10.07.2025; приказ об изм. 02-1794 от 17.09.2025), а Жиркова Марина Владимировна заслуживает присуждения ей учёной степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. – Региональная и отраслевая экономика.

На заседании «03» февраля 2026 года диссертационный совет принял решение присудить Жирковой Марине Владимировне ученую степень кандидата экономических наук по специальности: 5.2.3. – Региональная и отраслевая экономика.

В голосовании приняли участие 5 (пять) членов диссертационного совета. Проголосовали: ЗА – «5», ПРОТИВ – «0», ВОЗДЕРЖАЛИСЬ – «0».

Председатель  
диссертационного совета

Ю.Н. Лапыгин

«03» февраля 2026 г.

**Протокол об итогах голосования**  
заседания диссертационного совета на базе РАНХиГС при Президенте РФ  
(созданного приказом ректора РАНХиГС  
от 09 декабря 2025 г. № 01-21790/001

по защите диссертации Жирковой Марины Владимировны на тему:  
«Брендинг территорий как инструмент регионального развития»,  
представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук  
по специальности 5.2.3. – Региональная и отраслевая экономика

№ 1

от 03 февраля 2026 г.

Состав диссертационного совета:

- 1) доктор экономических наук, профессор Лапыгин Юрий Николаевич –  
председатель Диссертационного совета;
- 2) доктор экономических наук, доцент Гойхер Олег Лазаревич;
- 3) доктор экономических наук, профессор Губернаторов Алексей  
Михайлович;
- 4) доктор экономических наук, кандидат технических наук, доцент Кисляков  
Алексей Николаевич;
- 5) доктор экономических наук, профессор Мельников Роман Михайлович.

Официальные оппоненты:

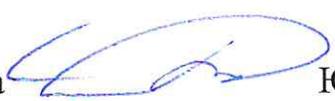
- 1) доктор экономических наук, профессор Данченко Лариса Александровна;
- 2) доктор экономических наук, доцент Фирсова Ирина Анатольевна.

Подсчет голосов при открытом голосовании по вопросу о присуждении  
Жирковой Марине Владимировне ученой степени кандидата  
экономических наук.

Состав диссертационного совета утвержден в количестве 5 человек.  
Присутствовало на заседании 5 членов совета.

Результаты голосования по вопросу о присуждении ученой степени  
кандидата экономических наук Жирковой Марине Владимировне:

за – 5  
против – 0  
воздержались – 0

Председатель диссертационного совета  Ю.Н. Лапыгин