Облікова картка ДіР

Image not found or type unknow

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0218U000369

Державний реєстраційний номер: 0117U003464

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 26-01-2018

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 1

Назва етапу: Методичні засади розвитку компаній мережевого маркетингу

Початок етапу: 04.2017

Закінчення етапу: 11.2017

Вид звітного документа: Остаточний звіт

III. Відомості про виконавця ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Тернопільський національний економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 33680120

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: (0352)47-50-59

IV. Відомості про співвиконавців ДіР

V. Відомості про замовника ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Фізична особа - підприємець Жмуд Михайло Петрович

Код за ЄДРПОУ: 2086705450

Місцезнаходження: , м. Тернопіль, Тернопільський р-н., Тернопільська обл., 46000, Україна

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 0503773721

VI. Джерела, напрями та обсяги фінансування ДіР

Підстава для проведення ДіР: 52 - договір з вітчизняною організацією (органами місцевої ради, фондом, асоціацією, концерном тощо)

Напрям фінансування: 2.7 - інше

Джерела фінансування

7722 - кошти підприємств, установ, організацій України

Фактичний обсяг фінансування (тис. грн.): 30

VII. Відомості про ДіР

Назва роботи українською:

Методичні засади розвитку компаній мережевого маркетингу

Назва роботи англійською:

Methodological principles of development of network marketing companies

Реферат українською:

Об'єкт дослідження – процес формування інтегрованих маркетингових комунікацій в умовах глобалізації бізнесу. Метою науково-дослідної роботи є розвиток теоретичних концепцій формування інтегрованих маркетингових комунікацій компаній мережевого маркетингу та вироблення на цій основі практичних рекомендацій щодо напрямів їх удосконалення. Методи дослідження: логічний аналіз та синтез, індукція та дедукція, графічний, розрахунковий, системний метод, прогнозування, логіко-діалектичний метод пізнання. Інформаційну базу дослідження склали праці зарубіжних та вітчизняних вчених, положення міжнародного й українського законодавства, офіційна статистика, результати досліджень і аналітичні публікації спеціалізованих міжнародних та українських компаній в галузі прямого продажу та маркетингових комунікацій (Всесвітньої федерації асоціацій прямого продажу, Української асоціації прямого продажу, Української асоціації маркетингу, Міжнародної сітки рекламних агенцій Zenith Optimedia, Всеукраїнської рекламної агенції, дослідницьких компаній eMarketer, GfK, Nielsen), офіційні сайти низки провідних міжнародних та українських компаній мережевого маркетингу, інформаційні дані мережі інтернет, дані опитувань, інтерв'ю та експериментів, зібрані в процесі дослідження. Наукова новизна отриманих результатів полягає у розвитку теоретичних положень формування інтегрованих маркетингових комунікацій глобальних компаній мережевого маркетингу та виробленні на цій основі практичних рекомендацій щодо напрямів їх вдосконалення, зокрема і в Україні. Ступінь впровадження – на рівні розробки: практичні пропозиції та методичні рекомендації щодо покращення комунікативної політики компанії «Amway».

Реферат англійською:

The object of research is the process of formation of integrated marketing communications in the conditions of globalization of business. The purpose of research work is the development of theoretical concepts of the formation of integrated marketing communications companies network marketing and the development of practical guidance on how to improve them. Methods of research: logical analysis and synthesis, induction and deduction, graphical, computational, systematic method, forecasting, logical-dialectical method of cognition. The information base of the research included the work of foreign and domestic scientists, the provisions of international and Ukrainian legislation, official statistics, research results and analytical publications of specialized international and Ukrainian companies in the field of direct sales and marketing communications (World Federation of Direct Sales Associations, Ukrainian Association of Direct Sales, Ukrainian Association marketing, international network of advertising agencies Zenith Optimedia, Ukrainian advertising agency, research companies eMarke ter, GfK, Nielsen), the official sites of a number of leading international and Ukrainian network marketing companies, Internet data, interviews, and experiments collected in the research process. The scientific novelty of the obtained results consists in the development of theoretical positions for the formation of integrated marketing communications of global network marketing companies and the development of practical guidelines on how to improve them, in particular in Ukraine. The degree of implementation - at the level of development: practical proposals and methodological recommendations for improving the communication policy of the company "Amway".

Індекс УДК: 339.187; 339.13; 339.146; 658.8, 658.8

Коди тематичних рубрик: 06.81.55

Керівники роботи

Власне Прізвище Ім'я По-батькові: Сохацька Олена Миколаївна

Науковий ступінь: д. е. н.

Вчене звання: професор

Ідентифікатор ORCID ID:

Додаткова інформація:

VIII. Наукова (науково-технічна) продукція (НТП)

Назва НТП українською: Практичні пропозиції та методичні рекомендації щодо покращення комунікативної політики компанії "Amway".

Назва НТП англійською: Practical suggestions and guidelines to improve communication policy of "Amway".

НТП, яку передбачалося створити:

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати: методичні рекомендації

Галузь застосування: M 72 Наукові дослідження та розробки

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: У процесі дослідження поглиблено практики формування маркетингових комнікацій компаніями мережевого маркетингу, проведено аналіз діяльності компаній мережевого маркетингу в Україні та здійснено оцінку формування ними інтегрованих маркетингових комунікацій, вдосконалено маркетинові комунікації діяльності компаній мережевого маркетингу, розроблені практичні пропозиції та методичні рекомендації щодо покращення комунікативної політики компанії "Amway".

Соціально-економічна спрямованість НТП:

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу: 2017

Закінчення етапу:

Споживачі продукції: компанії мережевого маркетингу

Перспективні ринки: Україна

Характер співробітництва з інвестором

Потрібний обсяг інвестицій, тис. грн.:

Права, що надаються інвестору після завершення роботи:

Наявність бізнес-плану:

Техніко-економічне обгрунтування:

Потенціальний обсяг продажу, тис. грн.:

Очікуваний термін окупності (років):

Додаткова інформація:

IX. Бібліографічний опис

Сохацька О.М., Мигаль О.Ф., Братко о.С., Демкура Т.В..Звіт про науково-дослідну роботу на тему: "Методичні засади розвитку компаній мережевого маркетингу" - ТНЕУ. - 2017. - 38 с.

X. Заключні відомості

Керівник юридичної особи Крисоватий Андрій Ігорович

Перелік осіб-виконавців

Братко Олександра Семенівна

Демкура Тарас Володимирович

Мигаль Оксана Фелікіссімівна

Відповідальний за підготовку облікових документів

Телефон

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності

