

Облікова картка ДіР



I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0213U004946

Державний реєстраційний номер: 0112U000002

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 10-01-2014

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 2

Назва етапу: Розробка методичних рекомендацій з формування механізму стратегічного управління інтегрованими маркетинговими комунікаціями підприємства

Початок етапу: 01.2013

Закінчення етапу: 11.2013

Вид звітнього документа: Остаточний звіт

III. Відомості про виконавця ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Харківська державна академія технології та організації харчування

Код за ЄДРПОУ: 01566330

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: (057)337-85-28, (057)336-94-88

IV. Відомості про співвиконавців ДіР

V. Відомості про замовника ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Товариство з обмеженою відповідальністю "Екліпс СП"

Код за ЄДРПОУ: 31935930

Місцезнаходження: , м. Ізюм, Ізюмський р-н., Харківська обл., 64300, Україна

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 716-45-85

VI. Джерела, напрями та обсяги фінансування ДіР

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

Напрямок фінансування: 2.2 - прикладні дослідження і розробки

Джерела фінансування

7722 - кошти підприємств, установ, організацій України

Фактичний обсяг фінансування (тис. грн.): 5

VII. Відомості про ДіР

Назва роботи українською:

Стратегічне управління інтегрованими маркетинговими комунікаціями підприємства

Назва роботи англійською:

Strategic management of the integrated marketing communications of the enterprise

Реферат українською:

-

Реферат англійською:

У роботі удосконалено категорійний апарат; сутність інтегрованих маркетингових комунікацій, узагальнено та систематизовано класифікацію інтегрованих маркетингових комунікацій шляхом упорядкування існуючих ознак. В основу запропонованої класифікації інтегрованих маркетингових комунікацій, на відміну від існуючих, покладено ознаки, що мають практичне застосування при прийнятті рішень щодо інтегрованих маркетингових комунікацій на всіх етапах управління ними. Розроблена методика розрахунку показників ефективності використання окремих засобів ІМК._ Запропонований механізм формування бюджету інтегрованих маркетингових комунікацій, який на відміну від існуючих, ґрунтується на цільовому підході та дозволяє визначити реальний бюджет інтегрованих маркетингових комунікацій з урахуванням ресурсних можливостей торгового підприємства. Розроблена модель розподілу загального бюджету інтегрованих маркетингових комунікацій за окремими засобами, що, на відміну від існуючих, ґрунтується на урахуванні рівня конкурентоспроможності підприємства роздрібної торгівлі.

Індекс УДК: 65.01, 65.014.1:658.8

Коди тематичних рубрик: 82.15.23

Керівники роботи

Власне Прізвище Ім'я По-батькові: Кот Олена Володимирівна

Науковий ступінь:

Вчене звання:

Ідентифікатор ORCID ID:

Додаткова інформація:

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

Назва НТП українською: Формування механізму стратегічного управління інтегрованими маркетинговими комунікаціями підприємства

Назва НТП англійською: Formation of the mechanism of strategic management by the integrated marketing communications of the enterprise

НТП, яку передбачалося створити:

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати: -

Галузь застосування: 52 Роздрібна торгівля; ремонт побутових виробів та предметів особистого вжитку

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: У роботі удосконалено категорійний апарат; сутність інтегрованих маркетингових комунікацій, узагальнено та систематизовано класифікацію інтегрованих маркетингових комунікацій шляхом упорядкування існуючих ознак. В основу запропонованої класифікації інтегрованих маркетингових комунікацій, на відміну від існуючих, покладено ознаки, що мають практичне застосування при прийнятті рішень щодо інтегрованих маркетингових комунікацій на всіх етапах управління ними. Розроблена методика розрахунку показників ефективності використання окремих засобів ІМК.

Соціально-економічна спрямованість НТП:

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу: 11.2013

Закінчення етапу:

Споживачі продукції: ТОВ "Сігма Україна"

Перспективні ринки: України

Характер співробітництва з інвестором

Потрібний обсяг інвестицій, тис. грн.:

Права, що надаються інвестору після завершення роботи:

Наявність бізнес-плану:

Техніко-економічне обґрунтування:

Потенціальний обсяг продажу, тис. грн.:

Очікуваний термін окупності (років):

Додаткова інформація:

IX. Бібліографічний опис

Х. Заключні відомості

Керівник юридичної особи

Черевко Олександр Іванович

Д. Т. Н.

Перелік осіб-виконавців

Андросова Т.В.

Бархатова Н.В.

Доброскок Ю.Б.

Дядін А.С.

Носач Л.Л.

Павлюк О.О.

Печенка О.І.

Соболева Н.Ф.

Тищенко О.О.

Чернишова Л.О.

Шталь Т.В.

Янчев А.В.

**Відповідальний за підготовку
облікових документів**

Телефон

Реєстратор

**Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є
відповідальним за реєстрацію наукової
діяльності**

