Облікова картка ДіР

Image not found or type unknow

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0215U003562

Державний реєстраційний номер: 0110U001128

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 24-02-2015

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 1

Назва етапу: Теоретичні і практичні проблеми сучасного маркетингу

Початок етапу: 01.2010

Закінчення етапу: 12.2014

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): Чортківський коледж економіки та підприємництва Тернопільського національного економічного університету

Код за ЄДРПОУ: 37417766

Місцезнаходження: вул. Степана Бандери 46, м. Чортків, Чортківський р-н., Тернопільська обл., 46009, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380355220849

VI. Джерела, напрями та обсяги фінансування ДіР

Підстава для проведення ДіР: 43 - власна ініціатива (якщо робота виконується з власної ініціативи за кошти виконавця НДР або безкоштовно)

Напрям фінансування: 2.7 - інше

Джерела фінансування

7704 - власні кошти, кошти підприємств, установ, організацій, фізичної особи на виконання ініціативних робіт

Фактичний обсяг фінансування (тис. грн.): 50

VII. Відомості про ДіР

Назва роботи українською:

Теоретичні і практичні проблеми сучасного маркетингу.

Назва роботи англійською:

Theoretical and practical problems of modern marketing.

Реферат українською:

Основним об'єктом дослідження є маркетингова діяльність підприємств в сучасних умовах. Предметом дослідження є теоретичні і практичні проблеми сучасного маркетингу . Постановка мети зумовлена вирішенням такого важливого завдання як критичний аналіз теоретичного матеріалу і практичних аспектів маркетингової діяльності ряду фірм, а також дослідження напрямів покращення цієї роботи та вироблення відповідних методик для їх використання у практичній діяльності підприємств. Найбільш суттєві результати виконання науково-дослідної роботи полягають в розробці теоретичних і практичних положень по вдосконаленню маркетингу, зокрема, вперше в такому обсязі обґрунтовані методичні засади маркетингового аналізу товарної політики в розрізі її складових елементів, маркетинглогістики та маркетингових комунікацій, запропоновано новий підхід до управління маркетинговими ризиками, розроблено етапність цього управління, запропоновано дослідження нових харчових продуктів методами дегустаційного аналізу в комплексі маркетингу. Вдосконалені питання маркетингового забезпечення інноваційного процесу у пивоварній галузі, стратегії диференціації національного продукту в управлінні брендом. Дістали подальшого розвитку проблеми маркетингу взаємовідносин споживача та виробника в умовах глобалізаційних процесів, маркетингу спортивних товарів промислових підприємств.

Реферат англійською:

The main research object is companies' marketing activity in modern conditions. The research subject is theoretical and practical problems of modern marketing. The research goal is set due to the solution of such an important task as critical analysis of theoretical material and practical aspects of the marketing activities of a number of companies, and also research of directions to improve the work and development of appropriate methods for their use in practical activity. The most significant results of the research are: to develop theoretical and practical provisions to improve marketing; in particular, for the first time to such an extent methodological principles of marketing analysis of commercial policy in terms of its components such as marketing logistics and marketing communications are justified; a new approach to managing marketing risks is proposed and stages of its management are developed; the research of new food products by using methods of degustation analysis in the marketing mix is proposed. Marketing issues to ensure the innovation process in the brewing industry and marketing issues to ensure national product differentiation strategy in the manage-ment of the brand are improved. The problems of relationship marketing between consumer and producer in terms of globalization and the problems of marketing of sports goods industry got further development.

Індекс УДК: 339.187; 339.13; 339.146; 658.8, 339.138:658.8

Коди тематичних рубрик: 06.81.55

Керівники роботи

Власне Прізвище Ім'я По-батькові: Штефанич Дмитро Андрійович

Науковий ступінь:

Вчене звання:

Ідентифікатор ORCID ID:

Додаткова інформація:

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

Назва НТП українською: Методичні рекомендації щодо аналізу маркетингової діяльності за основними інструментами маркетингу

Назва НТП англійською: Methodical recommendations are in relation to the analysis of marketing activity after the basic instruments of marketing

НТП, яку передбачалося створити:

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати: Методичні рекомендації

Галузь застосування: М 80.30.0 Підготовка наукових та науково-педагогічних кадрів вищої кваліфікації

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: Розроблено теоретичні і практичні положення по вдосконаленню маркетингу; запропоновано науково-методичні рекомендації щодо порядку проведення маркетингового аналізу комплексу маркетингу, зовнішнього маркетингового середовища; запропоновано модель оптимального відбору цільового ринку на основі функції вигідності; розроблено практичні рекомендації щодо формування та реалізації маркетингу інноваційних молочних продуктів на засадах дегустаційного підходу, а також щодо розробки та реалізації стратегій диференціації бренду кондитерських підприємств.

Соціально-економічна спрямованість НТП:

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Не впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу: 2014

Закінчення етапу:

Споживачі продукції: суб'єкти підприємницької діяльності

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

Навчальний посібник з грифом Міністерства освіти і науки України: "Маркетинговий аналіз" за редакцією д.е.н., професора Штефанича Д.А. - Тернопіль, Економічна думка, 2013р., 296 с. Статті, тези: Штефанич Д.А. Концептуальні засади маркетингового аналізу цінової політики підприємства // Матеріали XV Міжнародної науково-практичної конференції "Перспективи розвитку економіки України: теорія, методологія, практика", Луцьк, Волинський національний університет ім. Л. Українки, 2010, С. 349-350; Штефанич Д.А. Методичні аспекти інтеграції АВС і XZ-аналізу в процесі формування асортиментного портфеля фірми // Наука молода. Збірник наукових праць молодих вчених ТНЕУ. Вип. 15., Тернопіль, ВПУ ТНЕУ: Економічна думка, 2011. С. 170-175; Штефанич Д.А. Маркетинговий аналіз // Навч. посібник за ред. д.е.н., проф. Штефанича Д.А. - Тернопіль: Економічна думка, ТНЕУ, 2012. - 296 с.; Штефанич Д.А. Планування індивідуальних квот продажу товарів торгових представників промислових підприємств // зб. тез II міжнародної науково-практичної інтернет-конференції "Економіка і управління в умовах глобалізації", 30 січня 2013 р. ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського; Штефанич Д.А. Вдосконалення визначення величини вибірки в маркетингових дослідженнях середніх величин // Материали за IX Международна научна практична конференция "Найновите научни постижения - 2013", 17-25 март 2013 г. София "Бял ГРАД-БГ" ООД, 2013, С. 104-107; Штефанич Д.А. Аналіз впливу зміни макросередовища на маркетингову діяльність підприємства // Вісник ТНЕУ, 2013, №2; Штефанич Д.А Оцінка ефективності комунікаційної політики підприємства // Вісник ТНЕУ, 2014, №1, С. 111-121; Матвіїв М.Я. Знання як інвестиції в майбутнє // Вісник Тернопільського національного економічного університету. - Вип. 5-2. - Тернопіль: Екон. Думка, 2010.- С.395-405; Матвіїв М.Я. Tne improving of tne marketing mechanism of tne enterprise intangible assets // Journal of European Ekonomy.-2010.- Т.9.(№6). - Р.32-44; Матвіїв М.Я. Персонал в комплексі маркетингу на ринку праці // Галицький економічний вісник. - 2010.-№3.- С.50-56; Матвіїв М.Я. Дослідження концепції маркетингу відносин на міжнародному ринку // Журнал Європейської економіки.- 2010.- Т.9.(№4). - С.463-476; Матвіїв М.Я. Маркетингова оцінка ефективності персоналу на ринку // Економіка і управління / Європейський університет.- 2010.-№ 4.-С.96-105; Матвіїв М.Я. Маркетинг послуг іпотечного житлового кредитування в Україні // Ефективність державного управління / Львівський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентові України.- Львів,2010.-Вип.25.- С.406-415; Матвіїв М.Я. Маркетингова оцінка нематеріальних активів фірми // Наука й економіка/ Хмельницький економічний університет.- 2011.- №1.- С.82-90; Матвіїв М.Я. Особливості сегменту-вання споживачів за рівнем їх доходів в Україні // Торгівля і ринок України / Донецький національний торгово-економічний університет.- Донецьк,2011.- Т.2.Вип.31.- С.91-102; Матвіїв М.Я. Хімічна промисловість України: економічні трансформації та перспективи // Журнал Європейської економіки.-2011.- Т.10.(№1). - С.109-112; Матвіїв М.Я. Маркетинг благодійних організацій // Економіка і управління / Європейський університет.- 2011.- № 1.- С.90-96; Матвіїв М.Я. Маркетинг і фандрейзинг неприбуткових установ // Формування ринкової економіки в Україні/ Львівський національний університет ім.І.Франка.- 2011.-Випуск 23,частина 2.- С.115-122; Матвіїв М.Я. Товари Гіффена як запорука продовольчої безпеки України // Вісник Тернопільського національного економічного університету. - Вип. 5-1. - Тернопіль: Екон. Думка, 2011.- С.183-194; Матвіїв М.Я. Тенденції розвитку ринку послуг в Україні // Науковий вісник Донецького національного університету.- Серія В. Економіка і право.- Донецьк,2012.-Т.1.Спец.вип.- С.238-245; Матвіїв М.Я. Маркетинг та індаумент неприбуткових установ // Науковий вісник Ужгородського національного університету. - Серія Економіка. - Ужгород, 2012.- Випуск 2 (34). - С.113-119; Матвіїв М.Я. Вірусний маркетинг як спосіб просування банківських послуг на ринку // Збірник наукових праць науково-практичної конференції професорсько-викладацького складу та студентів ІФІМ. -Секція 4. -Менеджмент та маркетинг. -Івано-Франківськ,2012. - С.97-110; Матвіїв М.Я. Партнерський маркетинг і монетизація у соціальних мережах // Ефективність державного управління / Львівський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентові України.- Львів,2012.-Вип.31.- С.405-418; Матвіїв М.Я. Вірусний маркетинг на міжнародному ринку банківських послуг // Журнал Європейської економіки.- 2012.- Т.11.(№3). - С.358-376; Матвіїв М.Я. Глобальний маркетинг та міжнародний тероризм // Економіка Криму/ Науково-практичний журнал Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського.- Сімферополь,2012.-№3(40). -С.305-313;

Матвіїв М.Я. Банківський маркетинг у соціальних мережах // Науковий вісник Донецького національного університету.- Серія В. Економіка і право.- Донецьк,2012.-Т.1.Спец.вип.- С.112-125; Матвіїв М.Я. Технології бенчмаркінгу у банківській сфері // Журнал Європейської економіки. - 2013. -Т.11.(№3). - С.358-376; Матвіїв М.Я. Індивідуалізація споживчих очікувань корпоративних клієнтів на ринку банківських послуг // Ефективність державного управління/ Львівський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентові України. - Львів, 2013 - Вип. 31.- С.405-418; Матвіїв М.Я. Технології бенчмаркінгу готельних підприємств Економіка Криму // Науково-практичний журнал Таврійського національного університету ім.В.І.Вернадського.-Сімферополь, 2013.-№1(42). -С.280-293; Матвіїв М.Я. Цінність послуги як нової парадигми маркетингу підприємств // Ефективність державного управління/ Львівський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентові України. - Львів, 2013. - Вип. 32. - С.101-116; Матвіїв М.Я. Спортивний маркетинг у туристичному кластері світової економіки // Вісник Тернопільського національного економічного університету. - Вип. 5-1. - Тернопіль: Екон. Думка, 2013.- С.183-194; Матвіїв М.Я. Бренд вищого навчального закладу як чинник конкурентоспроможності та формування нематеріальних активів установи на ринку знань // Університетська освіта Київського національного економічного університету. - Вип. 4. - Київ: КНЕУ, 2013.- С.56-70; Братко О.С. Інформаційне забезпечення маркетингового аналізу // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Л.Українки - № , Луцьк, 2010; Братко О.С. Теоретичні засади олімпійського маркетингу // Науковий вісник Донецького національного університету. - Серія В. Економіка і право. - Донецьк, 2012. -Т.1. Спец. вип. - С.311-313; Братко О.С. Сутність маркетингового аналізу товарної політики // Інноваційна економіка. Всеукраїнський науково-виробничий журнал. - 2012. - № 1 (27).- С. 213-218; Братко О.С. Маркетингові інновації в системі забезпечення конкурентоспроможності українських промислових підприємств // Міжнародна науково-практична конференція "Управлінські інновації: теорія та практика" в рамках Міжнародного наукового форуму, 30 вересня - 6 жовтня 2013 р. Тернопіль-Ялта; Братко О.С. Розвиток інноваційної активності персоналу // Інноваційні процеси економічного та соціально-культурного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід // Тези доповідей VII Міжнародної наукової конференції молодих учених і студентів. - Тернопіль: ТНЕУ, 2014. С. 100-101; Гладій Х.Г. Національний брендинг як складова процесу просування товару на міжнародних ринках // Збірник тез доповідей III міжнародної конференції молодих вчених та студентів "Інноваційні процеси економічного і соціально-культурного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід". - 2010.- С.255-257; Гладій Х.Г. Позиціонування продукту на основі самоорганізованих карт // Вісник Чернівецького торговельно - економічного інституту. - 2011. - Випуск 1(41). - С.251 -256; Гладій Х.Г. Управління товарними брендами: регіональний аспект // Збірник тез доповідей Восьмої Міжнародної науково - практичної конференції молодих вчених "Економічний і соціальний розвиток України в XX столітті: національна ідентичність та тенденції глобалізації". - 2011. - 329с. - С.162-164; Гладій Х.Г. Брендова ідентифікація Збірник тез доповідей IV міжнародної конференції молодих вчених та студентів "Інноваційні процеси економічного і соціально-культурного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід". - 2011.-С.136-138; Гладій Х.Г. Виокремлення новітніх особливостей поняття бренду за умов формування додаткових конкурентних переваг // Галицький економічний вісник.- 2011.- Випуск №4(33). - С. 137 - 142; Гладій Х.Г. Роль стратегії диференціації у діяльності підприємства // Збірник тез доповідей Дев'ятої Міжнародної науково - практичної конференції молодих вчених "Економічний і соціальний розвиток України в XX столітті: національна ідентичність та тенденції глобалізації". - 2012. - С.134-136; Гладій Х.Г. Архітектура сучасної системи брендингу // Збірник статей і доповідей XVIII Міжнародний науково-практичний семінар "Проблеми розвитку зовнішньоекономічних зв'язків і залучення іноземних інвестицій: регіональний аспект". - 2012. - С.91-94; Гладій Х.Г. Маркетингові комунікації як різновид стратегій диференціації /Збірник тез доповідей V міжнародної конференції молодих вчених та студентів "Інноваційні процеси економічного і соціально-культурного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід". - 2012.- С. 106-108; Гладій Х.Г. Модель оцінки стратегії запуску нового продукту // Вісник Чернівецького торговельно - економічного інституту. - 2012. - Випуск 3(45). - С. 215-222; Гладій Х.Г. Аналіз стратегій диференціації продукту підприємств на кондитерському ринку // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону (ДВНЗ

"Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника МОН України"). - 2013.- Випуск 9. - С. 44-50; Гладій Х.Г. Роль стратегій диференціації на кондитерському ринку // Збірник тез доповідей VI міжнародної конференції молодих вчених та студентів "Інноваційні процеси економічного і соціально-культурного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід". - 2013.- С.117-119; Гладій Х.Г. Стратегії диференціації продукту як інструмент зміцнення конкурентоспроможності підприємства // Збірник статей і доповідей Десятої Міжнародної науково - практичної конференції молодих вчених "Економічний і соціальний розвиток України в XX столітті: національна ідентичність та тенденції глобалізації". - 2013. - 165-166; Гладій Х.Г. Модель оцінки стратегій диференціації // Збірник статей і доповідей III Міжнародна науково-методична конференція "Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці".- 2013.- С.67-69; Гладій Х.Г. Маркетингові комунікації як інструмент диференціації товару // Збірник тез науково-практичної інтернет-конференції "Інновації в маркетингу: теорія і практика". - 2013. - С.8-10; Демкура Т.В. Розвиток моделей комунікації як базису процесу формування маркетингових комунікацій // Тези доповідей науково-практичної інтернет-конференції "Інновації в маркетингу: теорія і практика". - Тернопіль: ТНЕУ, 31 травня 2013. Режим доступу: http://unf.tneu.edu.ua/ua/unftest/images/zbirnuk_tez_2013.pdf; Демкура Т.В. Засади функціонування та особливості маркетингової комунікативної політики компаній мережевого маркетингу // Тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції "Управлінські інновації: теорія та практика". - Тернопіль - Ялта, 30 вересня - 6 жовтня 2013 р.: тези доп. - Тернопіль: ТНЕУ, 2013. - С.138-140; Демкура Т.В. Становлення та розвиток маркетингових комунікацій: теоретичний аспект // Галицький економічний вісник. Тернопіль: ТНТУ, - 2013. - №4 (43). - С. 207-214; Демкура Т.В. Засади функціонування та особливості маркетингової комунікативної політики компаній мережевого маркетингу // Вісник ТНЕУ. Тернопіль: ТНЕУ, - 2014. - Випуск 1. С. 100-110; Зацна Л.Я. Перспективи інноваційної діяльності в Україні // Інноваційні процеси економічного і соціально-культурного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід // Тези доповідей VI Ювілейної міжнародної конференції молодих вчених та студентів. - Тернопіль: ТНЕУ", 2013. - 340 с. - С. 47-48; Курант Т. І. Особливості формування глобальних логістичних мереж // Тези доповідей X Ювілейної Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених "Економічний і соціальний розвиток України в XXI столітті: національна ідентичність та тенденції глобалізації". - Тернопіль: ТНЕУ, 2013 - С. 61-62; Курант Т. І. Україна у глобальних ланцюгах поставок торговельних мереж // Тези доповідей VI міжнародної науково-практичної конференція молодих учених і студентів "Інноваційні процеси економічного і соціально-культурного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід". - Тернопіль: ТНЕУ, 2013. - С. 156-157; Курант Т. І. NaukaIStudia.EkonomiczneNaukiPa?stwowyZarz?d. - 9 (77). -Przemy?l, 2013. - St.56-64; Курант Т. І. Місце України на карті глобальних логістичних мереж // Тези доповідей науково-практичної інтернет-конференції"Інновації в маркетингу: теорія і практика". - Тернопіль: ТНЕУ, 2013 , Режимдоступу: http://unf.tneu.edu.ua/ua/unftest/images/zbirnuk_tez_2013.pdf; Курант Т. І. Logistics clusters as self-reinforcing system // Тези доповідей міжнародної конференції з наукового проекту No. FP7-PEOPLE-2011 IRSES 295050(FOLPSEC) "Functioningofthelocalproductionsystemsintheconditionsofeconomiccrisis (comparativeanalysisandbenchmarkingforthe EU andbeyond)". - ??d?, 25 жовтня 2013; Курант Т. І. Використання бенчмаркінгу при аналізі взаємозв'язків у логістичних мережах // Галицький економічний вісник. Тернопіль: ТНТУ - №4, 2013 (у друці); Мигаль О.Ф. Становлення та розвиток STP-маркетингу // Всеукраїнська науково-практична конференція молодих вчених і студентів "Проблеми і перспективи розвитку фінансів, обліку і маркетингу в сучасному середовищі" - Київ: НУХТ, 2012. - С. 87-88. Мигаль О.Ф.

X. Заключні відомості

Керівник юридичної особи Крисоватий Андрій Ігорович

Перелік осіб-виконавців

Братко Олександра Семенівна

Гладій Христина Григорівна

Демкура Тарас Володимирович

Зацна Люба Ярославівна

Курант Тетяна Ігорівна

Матвіїв Микола Ярославович

Мигаль Оксана Фелікіссімівна

Окрепкий Ростислав Богданович

Ониськів Віталій Олегович

Цетнар Лариса Олегівна

Відповідальний за підготовку облікових документів

Телефон

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності

