Облікова картка ДіР

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0214U005190

Державний реєстраційний номер: 0112U008147

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 03-03-2014

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 1

Назва етапу: Теоретико-методичні основи просування продукції в ринковій економіці

Початок етапу: 01.2013

Закінчення етапу: 12.2013

Вид звітного документа: Проміжний звіт

III. Відомості про виконавця ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Сумський державний університет

Код за ЄДРПОУ: 05408289

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: (0542)33-41-08, (0542) 33-40-49

IV. Відомості про співвиконавців ДіР

V. Відомості про замовника ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Сумський державний університет

Код за ЄДРПОУ: 05408289

Місцезнаходження: вул. Римського-Корсакова 2, м. Суми, Сумський р-н., Сумська обл., 40007, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380542334058

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: 2.1 - фундаментальні дослідження

Джерела фінансування

7706 - безплатно (договір про науково-технічне співробітництво, тощо)

VII. Відомості про ДіР

Назва роботи українською:

Формування механізму просування продукції на ринку

Назва роботи англійською:

Formation mechanism of promotion products on the market

Реферат українською:

Об'єкт дослідження - процеси просування продукції, засновані на ринкових засадах застосування концепції інтегрованих маркетингових комунікацій та використання нестандартного інструментарію. Мета роботи - розроблення та наукове обґрунтування теоретико-методологічних засад просування продукції в умовах ринкової економіки. Методи дослідження та апаратура - діалектичний метод пізнання, метод логічного узагальнення, системно-структурний аналіз, факторний аналіз, методи нечіткої логіки, методи експертних оцінок, структурно-логічного моделювання, фундаментальні положення сучасної економічної теорії, сучасної концепції управління та інноватики. Досліджено концепцію інтегрованих маркетингових комунікацій. Розроблено концептуальні основи та виконано теоретико-методологічне обґрунтування системи методів та інструментарію просування продукції на ринкових засадах. Істотно поглиблено і розвинено теоретико-методичний інструментарій маркетингових комунікацій. Дістали подальшого розвитку процеси просування та планування комунікаційної діяльності підприємств. Удосконалено засади діагностики, оцінки ефективності та управління внутрішніх і зовнішніх інтегрованих маркетингових комунікацій. Теоретичні положення звіту доведені до рівня конкретних методик. Результати дослідження можуть використовуватись у практичній діяльності підприємств різних галузей та форм власності. Сфера (галузь) використання: економіка та управління підприємствами.

Реферат англійською:

Object of study - the process of moving products based on market principles of the concept of integrated marketing communications and the use of non-standard equipment. Purpose is to develop and scientific substantiation of theoretical and methodological foundations of the promotion of a market economy. Research methods: the dialectical method of understanding, the method of logic synthesis, system- structural analysis, factor analysis, fuzzy logic methods, methods of peer review, the structural and logical modeling, fundamental assumptions of modern economics, modern concepts of management and innovations. Investigated the concept of integrated marketing communications. Conceptual framework and performed theoretical and methodological basis of the methods and tools for the promotion of market principles. Significantly deepened and developed theoretical and methodological tools of marketing communications. Further developed process of promoting and planning of communication activity. Improved fundamentals of diagnosis, evaluation and management effectiveness of internal and external integrated marketing communications. Theoretical position of the report brought to a level of specific techniques. The research results can be used in the practice of various industries and ownership. Scope of use: economics and business administration.

Індекс УДК: 658.8, 658.8:005.21

Коди тематичних рубрик: 06.75.55

Керівники роботи

Власне Прізвище Ім'я По-батькові: Божкова Вікторія Вікторівна

Науковий ступінь: д. е. н.

Вчене звання: професор

Ідентифікатор ORCID ID:

Додаткова інформація:

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

Назва НТП українською: Методичне забезпечення (комплекс методик і рекомендацій) організаційно-економічного механізму просування продукції вітчизняних товаровиробників в умовах ринкової економіки

Назва НТП англійською: Methodological support (complex techniques and recommendations) organizational and economic mechanism of promotion of domestic producers in a market economy

НТП, яку передбачалося створити:

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати: методична документація

Галузь застосування: 20.1, 20.3, 28.1

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: Вирішення фундаментальної задачі щодо наукового обґрунтування і розробки методологічних і теоретико-методичних основ організаційно-економічного механізму просування продукції в ринковій економіці, що ґрунтується на сучасних концепціях інноваційного розвитку, маркетингу та досягненнях інформаційно-комунікаційних технологій

Соціально-економічна спрямованість НТП:

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу: 2013 рік

Закінчення етапу:

Споживачі продукції: Промислові підприємства

Перспективні ринки: України

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

1. Божкова В.В. Аналіз принципів ціноутворення на вітчизняних промислових підприємствах / В.В. Божкова, І.М. Рябченко // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2013. - №1. - С. 67-73. 2. Божкова В.В. Дослідження факторів маркетингового ціноутворення на вітчизняних промислових підприємствах // В.В. Божкова, І.М. Рябченко // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2013. - №2. - С. 40-48. 3. Божкова В.В. Теоретичні підходи до класифікації інструментів маркетингових комунікацій / В.В. Божкова, Я.О. Тимохіна // Науковий Вісник Ужгородського університету: збірник наукових праць. Серія "Економіка". - Вип. 2 (39). - Ч.1. - Ужгород. - 2013. - С. 31-37. 4. Божкова В.В. Практические аспекты управления инновационными рисками (глава 15) / В.В. Божкова, А.Н. Дериколенко // Научные основы маркетинга инноваций: монография в 3 т. [под ред. д.э.н., профессора С.Н. Ильяшенко]. - Сумы: ООО "Печатный дом "Папирус". - 2013. - Том 3. - С. 171-205. 5. Божкова В.В. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций (глава 18) / В.В. Божкова, Л.Ю. Сагер // Научные основы маркетинга инноваций: монография в 3 т. [под ред. д.э.н., профессора С.Н. Ильяшенко]. - Сумы: ООО "Печатный дом "Папирус". - 2013. - Том 3. - С. - 277-322.

X. Заключні відомості

Керівник юридичної особи Васильєв Анатолій Васильович

к. т. н.

Перелік осіб-виконавців

Ілляшенко Наталія Сергіївна

Ілляшенко Сергій Миколайович

Божкова Вікторія Вікторівна

Біловодська Олена Анатоліївна

Голишева Євгенія Олексіївна

Грищенко Олена Федорівна

Дериколенко Олександр Миколайович

Махнуша Світлана Михайлівна

Нєшева Анастасія Дмитрівна

Рот-Сєров Євгеній Володимирович

Савченко Ольга Сергіївна

Сагер Людмила Юріївна

Самойленко Інна Вадимівна

Тимохіна Яна Олександрівна

Шатова Валерія Михайлівна

Шипіль Анна Сергіївна

Відповідальний за підготовку облікових документів

Телефон

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності