Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Image not found or type unknow

Державний обліковий номер: 0821U100689

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 28-04-2021

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Ковальчук Ольга Антонівна

2. Kovalchuk Olha

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: доктор філософії

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 073

Назва наукової спеціальності: Управління та адміністрування. Менеджмент

Галузь / галузі знань:

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 14-04-2021

Спеціальність за освітою: Менеджмент організацій і адміністрування

Місце роботи здобувача:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): ДФ 14.052.004

Повне найменування юридичної особи: Державний університет "Житомирська політехніка"

Код за ЄДРПОУ: 05407870

Місцезнаходження: вул. Чуднівська, буд. 103, м. Житомир, Житомирський р-н., Житомирська обл., 10005, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

IV. Відомості про підприємство, установу, організацію, в якій було виконано дисертацію

Повне найменування юридичної особи: Державний університет "Житомирська політехніка"

Код за ЄДРПОУ: 05407870

Місцезнаходження: вул. Чуднівська, буд. 103, м. Житомир, Житомирський р-н., Житомирська обл., 10005, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 82.05

Тема дисертації:

1. Розвиток бренд-менеджменту підприємств

2. Development of brand management of enterprises

Реферат/анотація:

1. У дисертаційній роботі досліджено генезис та удосконалено теоретичні та практичні положення формування та розвитку бренд менеджменту сучасних підприємств. На основі вивчення та узагальнення зарубіжного і вітчизняного досвіду різних науковців та вчених, визначено сутність трактувань «бренд», «бренд-менеджмент», «брендинг», «торгова марка», «карта бренду», «управління брендом», «потенціал бренду», «розвиток бренду» тощо. Велика кількість визначень поняття «бренд» дає змогу зробити висновок про відсутність його єдиного трактування. На нашу думку, під брендом варто розуміти «нематеріальний актив компанії, який формує унікальні цінності, спрямований на покращення прибутковості бізнесу та формування образу майбутнього компанії та її продукту, підвищення ділової репутації та лояльності з боку споживачів і його визнання в соціумі». Досліджено генезис формування концепцій бренд-менеджменту та запропоновано авторське розуміння сучасного підходу до його сутності, який базується на важливості

врахування стратегічних цілей компанії та принципів соціально-відповідального бізнесу. Бренд у сучасному розумінні є складним організмом, стратегічним інструментом компанії, тому потребує певної системи управління ним. Відповідно до цілей управління, за ознаками комбінації була узагальнена класифікація видів брендів. У контексті реалізації бренд менеджменту як процесу, автором побудовано «карту бренду», яка передбачає послідовність етапів від платформи бренду до формування вартості бренду та визначення його стратегічної спрямованості.

2. In the dissertation work the genesis and theoretical and practical provisions of formation and development of brand management of modern enterprises are investigated. Based on the study and generalization of foreign and domestic experience of various scientists and scientists, the essence of interpretations "brand", "brand management", "branding", "brand", "brand card", "brand management", "brand potential", "brand development", etc. A large number of definitions of the term "brand" allows us to conclude that there is no single interpretation. In our opinion, a brand should be understood as "an intangible asset of a company that forms unique values, aimed at improving business profitability and shaping the image of the company's future and its product, increasing business reputation and consumer loyalty and its recognition in society." The genesis of the formation of brand management concepts is studied and the author's understanding of the modern approach to its essence is offered, which is based on the importance of taking into account the strategic goals of the company and the principles of socially responsible business. The brand in the modern sense is a complex organism, a strategic tool of the company, so it needs a certain management system. In accordance with the objectives of management, the classification of types of brands was generalized on the basis of the combination. In the context of the implementation of brand management as a process, the author built a "brand map", which provides a sequence of stages from the brand platform to the formation of brand value and determine its strategic direction.

Державний реєстраційний номер ДіР:

Пріоритетний напрям розвитку науки і техніки:

Стратегічний пріоритетний напрям інноваційної діяльності:

Підсумки дослідження:

Публікації:

Наукова (науково-технічна) продукція:

Соціально-економічна спрямованість:

Охоронні документи на ОПІВ:

Впровадження результатів дисертації:

Зв'язок з науковими темами:

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Тарасюк Галина Миколіївна

2. Tarasyk Galina M.

Кваліфікація: д.е.н., 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Гончар Ольга Іванівна
2. Gonchar Olga Ivanivna

Кваліфікація: д.е.н., 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Боєнко Олена Юріївна
2. Boyenko Olena

Кваліфікація: к. е. н., 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Рецензенти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Пащенко Ольга Петрівна

2. Pashchenko Olha P.

Кваліфікація: к. е. н., 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Остапчук Тетяна Петрівна

2. Ostapchuk Tetyana Petrivna

Кваліфікація: д.е.н., 08.00.09

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові голови ради Легенчук Сергій Федорович

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Легенчук Сергій Федорович

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності



Юрченко Т.А.