Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0414U004460

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 28-10-2014

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Крепак Анна Сергіївна
2. Krepak Anna Serhiivna

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: кандидат наук

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 08.00.04

Назва наукової спеціальності: Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)

Галузь / галузі знань: Не застосовується

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 16-10-2014

Спеціальність за освітою: 8.030507

Місце роботи здобувача: Київський національний торговельно-економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 01566117

Місцезнаходження: 02156, м. Київ, вул. Кіото, 19

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): Д 26.055.01

Повне найменування юридичної особи: Київський національний торговельно-економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 01566117

Місцезнаходження: вул. Кіото, 19, м. Київ, Київська обл., 02156, 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: Київський національний торговельно-економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 01566117

Місцезнаходження: 02156, м. Київ, вул. Кіото, 19

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 06.81

Тема дисертації:

1. Управління зовнішньою рекламою підприємств торгівлі

2. Management of outdoor advertising trade enterprises

Реферат/анотація:

1. Здійснено комплексний аналіз управління зовнішньою рекламою підприємств торгівлі. Визначено сутність таких понять, як "зовнішня реклама", "управління зовнішньою рекламою", "адресна програма розміщення зовнішньої реклами" та "ринок зовнішньої реклами". Введено в науковий обіг поняття "ротаційна зовнішня рекламна кампанія", виділено та класифіковано види ротаційних рекламних кампаній. Удосконалено класифікацію зовнішньої реклами підприємств торгівлі та класифікацію носіїв зовнішньої реклами. На основі аналізу ґенези ринку зовнішньої реклами в Україні здійснено періодизацію його розвитку. Визначено вплив факторів маркетингового середовища на результативність зовнішньої реклами підприємств торгівлі, встановлено значну залежність від державного регулювання. Запропоновано модель управління зовнішньою рекламою підприємств торгівлі, в основі якої лежать визначені автором основні функціональні принципи, етапи та функції управління. За результатами теоретичного та емпіричного досліджень розроблено

методичний підхід до вибору форми організовування зовнішньої реклами на підприємствах торгівлі. Розроблено методичні засади вибору стратегії розміщення зовнішньої реклами підприємств торгівлі, які засновані на використанні відповідної матриці, та метод визначення мінімально необхідної для досягнення бажаного рівня кумулятивного охоплення цільової аудиторії кількості рекламних площин, що ґрунтується на розрахунку денного охоплення аудиторії.

2. This is one of the first empirical studies in which the general analysis of outdoor advertising for trading enterprises is examined and the outdoor advertising essence with the main features of its management is described. The essence of such terms as "outdoor advertising", "outdoor advertising management", "program of outdoor advertising's address locations" and "market of outdoor advertising" are defined and introduced into scientific use the term "rotary outdoor advertising campaign", identified and classified its types. The author analyzes the attribute characteristics of outdoor advertising that determine its complementarity to the needs of the advertising of trade enterprises. This work presents an improved classification of trade enterprises outdoor advertising and classification of outdoor advertising media. Author defined periods of market of outdoor advertising development, basing on its formation and operation. The influence factors of the marketing environment on the effectiveness of outdoor advertising of trade enterprises and substantial dependence on its regulation by government are defined. The model of outdoor advertising's management which is based on the functions, stages and functional principles of management is proposed. According to the results of theoretical and empirical research methodical approach of selecting organization form of outdoor advertising in trade enterprises are developed. Author proposed a methodical principles of choice strategy of placing the trade enterprises outdoor advertising are developed and they based on the use of appropriate matrix. And the method for determining the minimum necessary target audience to achieve the desired level of cumulative reach , the number of display areas, that based on using matrix for calculation of daily reach is also developed.

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. Мельникович Олена Миколаївна

2. Melnykovych Olena Mykolaivna

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. Решетілова Тетяна Борисівна
2. Решетілова Тетяна Борисівна

Кваліфікація: д.е.н., 08.07.01

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. Діброва Тетяна Гергіївна
2. Діброва Тетяна Гергіївна

Кваліфікація: к.е.н., 08.06.01

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Рецензенти

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові голови ради Мазаракі Анатолій Антонович

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Мазаракі Анатолій Антонович

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності



Юрченко Т.А.