Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0514U000144

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 13-03-2014

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Романенко Катерина Михайлівна
2. Romanenko Katerina Mikhaylovna

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: доктор наук

Аспірантура/Докторантура: ні

Шифр наукової спеціальності: 25.00.02

Назва наукової спеціальності: Механізми державного управління

Галузь / галузі знань: Не застосовується

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 28-01-2014

Спеціальність за освітою: 7.060101

Місце роботи здобувача: Дніпропетровський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти

Код за ЄДРПОУ: 24983906

Місцезнаходження: 49006, м. Дніпро, вул. Свердлова, 70

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 11.107.01

Повне найменування юридичної особи: Донецький державний університет управління

Код за ЄДРПОУ: 00173427

Місцезнаходження: ул. Карпінського, 58, м. Маріуполь, Донецька обл., 87513, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

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

Повне найменування юридичної особи: Донецький державний університет управління

Код за ЄДРПОУ: 00173427

Місцезнаходження: вул. Карпінського, 58, м. Маріуполь, Донецька обл., 87535

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 82.15.01

Тема дисертації:

1. Теоретико-методологічні засади застосування та розвитку механізмів маркетингу у державному управлінні

2. Theoretical and methodological bases of the application and development of mechanisms for marketing in public administration

Реферат/анотація:

1. Об'єкт дослідження - інноваційний процес реформування державного управління в контексті соціально-ринкової трансформації українського суспільства. Мета дослідження - науково- теоретичне обґрунтування методології та технології застосування маркетингу в державному управлінні для його реформування в контексті соціально-ринкової трансформації українського суспільства. Методи дослідження - синергетики, синтез генезисного та структурно-функціонального аналізу, концептисоціального та адміністративного управління, методи нового державного менеджменту, компаративістський метод, синтез структурно-функціональних та інноваційно-процесуальних методів, системний та структурно-функціональний аналіз, методи системного аналізу, теорії соціального передбачення і прогнозування, структурно-функціональний і порівняльний аналіз системних об'єктів, інформаційно-логічного моделювання, методи маркетингового аналізу ринку, методи моделювання та прогностичного аналізу. Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що основні теоретичні положення та висновки дисертації доведені до рівня конкретних

пропозицій і сприятимуть системному застосуванню методології та технології маркетингу у практиці державного управління. Наукова новизна одержаних результатів полягає у теоретико-методологічному обґрунтуванні та розробці науково-методичних рекомендацій щодо застосування та розвитку механізмів маркетингу в реформуванні державного управління в умовах ринкових трансформацій українського суспільства. Вперше на основі комплексного аналізу наукових концепцій державного маркетингу обгрунтовано, що останній як методологія є найбільш адекватною основою системної інтеграції управлінських інновацій; виявлено і обґрунтовано, що змістом процесу маркетизації державного управління як одного з пріоритетних напрямів концепції адміністративної реформи є застосування маркетингових технологій; визначено напрями маркетингової переорієнтації вітчизняного державного управління в процесі його реформування, які передбачають розвиток маркетингових технологій управлінської діяльності, перехід до маркетингової стратегії державного регулювання соціально-економічного розвитку, формування гуманоцентричної управлінської культури, максимізацію процесу самоактуалізації державного службовця. Удосконалено поняття державного маркетингу; визначення концептуального базису державного маркетингу як синтезу концепцій територіального, некомерційного, соціального маркетингу, маркетингу послуг; систему механізмів та інструментарію державного маркетингу на основі виокремлення його системних характеристик та основних складових як підсистеми державного управління; розуміння соціально-управлінської сутності державного маркетингу як механізму переведення вітчизняного державного управління на інноваційну модель розвитку; механізми використання маркетингових інновацій у процесі реформування вітчизняного державного управління; організаційно-управлінські засади впровадження системи державного маркетингу в Україні на основі маркетингової орієнтації його суб'єктів на потреби об'єкта управління та створення маркетингових підрозділів в органах державного управління. Дістали подальшого розвитку розуміння механізму забезпечення соціоцентричної переорієнтації вітчизняного державного управління засобами державного маркетингу як процес поширення маркетингу на сферу державного управління в складі основних ланок: гуманоцентризм постіндустріального суспільства - інтегративні управлінські функції маркетингу - розширення соціальних функцій маркетингу - соціально орієнтований маркетинг - маркетингова переорієнтація державного управління на потреби споживача; концептуальні засади аналізу та використання світового досвіду застосування маркетингу в державному управлінні; застосування маркетингової методології в розробці концептуальних та нормативних документів адміністративної реформи.

2. Object of research - public administration reform innovation process in the social and market transformation context of Ukrainian society. The purpose of research - scientific and theoretical study methodology and application technology marketing in government for its reform in the social and market transformation context of Ukrainian society. Research Methods - synergy synthesis and structural, functional analysis concept and administration, new public management techniques, comparative method, the synthesis of structural and functional and innovative procedural methods , systems and structural- functional analysis, system analysis methods, social foresight and forecasting the theory, structural- functional and comparative analysis system objects, information and logic simulation methods market analysis, modeling techniques and predictive analysis. The practical significance of the results is that the basic theoretical principles and conclusions of the thesis to the level of specific proposals and facilitate the application of the system methodology and technology marketing practice in public administration. Scientific novelty of the results is the theoretical and practical bases and developing scientific guidance on the use and public administration in terms mechanisms for reform marketing of market transformation of Ukrainian society. For the first time in an scientific concepts integrated analysis of government marketing proved that the latter methodology as the most appropriate basis for system integration of management innovation , and reasonably found that the content of the marketisation of public administration as one of the priorities of the concept of administrative reform is the marketing techniques application, marketing Directions reorientation of the domestic government in the process of reform, involving the development of marketing technology management activities, the transition to the marketing social regulation strategy and economic development , the formation humanocentric management culture , maximizing self-actualization civil

servant. Improved public marketing concept , the definition of the conceptual basis of government marketing concepts as a synthesis of regional , non-profit , social marketing , marketing services, system mechanisms and instruments of government marketing -based separation system characteristics and its main components as subsystems of public administration; understanding of the nature of government marketing management as a mechanism for the transfer of the domestic government to an innovative development model, mechanisms using marketing innovation in the reform of domestic governance , organizational and managerial foundations of the state marketing system implementation in Ukraine on the basis of marketing orientation to the needs of its stakeholders facility management and creation of marketing departments in government . We got further understanding of the mechanism of providing sociocentrical reorientation of domestic government means government marketing as marketing the spread on the scope of public administration as part of the main parts : humancentric postindustrial society - the integrated marketing management functions - Expansion of the social functions of marketing - oriented social marketing - marketing reorientation of public administration at needs of the consumer ; conceptual basis for analysis and using the marketing in government experience, the marketing methodologies in the conceptual and regulations development use of administrative reform.

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. Вікторов Віктор Григорович
2. Viktorov Viktor Grygorovich

Кваліфікація: д.філос.н., 09.00.10

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. Діденко Ніна Григорівна

2. Діденко Ніна Григорівна

Кваліфікація: д.держ.упр., 25.00.02

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. Сиченко Віктор Володимирович

2. Сиченко Віктор Володимирович

Кваліфікація: д.держ.упр., 25.00.02

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. Латинін Микола Анатолійович

2. Латинін Микола Анатолійович

Кваліфікація: д.держ.упр., 25.00.02

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 Поважний Станіслав Федорович

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Поважний Станіслав Федорович

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності Юрченко Т.А.