

Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0418U001448

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 03-04-2018

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:



II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Цетнар Лариса Олегівна

2. Tsetnar Larysa Olegivna

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: кандидат наук

Аспірантура/Докторантура: так

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 27-03-2018

Спеціальність за освітою: Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

Місце роботи здобувача: Чортківський коледж економіки та підприємництва Тернопільського національного економічного університету

Код за ЄДРПОУ: 37417766

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

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 58.082.03

Повне найменування юридичної особи: Чортківський коледж економіки та підприємництва Тернопільського національного економічного університету

Код за ЄДРПОУ: 37417766

Місцезнаходження: вул. Степана Бандери 46, Чортків, Чортківський р-н., Тернопільська обл., 46009, 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: Чортківський коледж економіки та підприємництва Тернопільського національного економічного університету

Код за ЄДРПОУ: 37417766

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

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик:

Тема дисертації:

1. Інтегровані маркетингові комунікації підприємств виробників спортивних товарів
2. Integrated marketing communications of enterprises manufacturing sports goods

Реферат:

1. Об'єкт – маркетингова діяльність підприємств виробників спортивних товарів. Мета – розроблення теоретичних засад і методичних підходів до інтегрованих маркетингових комунікацій, а також обґрунтування практичних рекомендацій щодо їх ефективного використання підприємствами виробниками спортивних товарів.. Методи – загальні та спеціальні наукові методи: аксіоматичний, історичного порівняння, системного аналізу, синтезу, наукової абстракції, структурно-функціонального підходу, опитування, наукової індукції та дедукції, SWOT, системи SOSTAC, функціонально-вартісного аналізу. Результати – теоретичне узагальнення і нове вирішення наукового завдання, що полягає в удосконаленні формування та ефективного використання інтегрованих маркетингових комунікацій підприємств виробників

спортивних товарів в ринковому середовищі. Новизна – удосконалено: методика економічної та соціальної ефективності інтегрованих маркетингових комунікацій маркетингової діяльності підприємств виробників спортивних товарів на основі розрахунку індексів, що дасть змогу виявити особливості таких комунікацій; механізм ефективного планування маркетингових комунікацій із застосуванням системи і методів стратегічного планування, що дасть змогу формувати цільові групи споживачів та визначити «зони» підвищення результату і здійснення інтегрованих маркетингових комунікацій; – набули подальшого розвитку: трактування поняття «інтегровані маркетингові комунікації»; обґрунтування ефективності витрат на рекламу диференційованих за обсягами продажів продукції підприємств виробників спортивних товарів з урахуванням «високого», «середнього» та «низького» сегментів ринку із застосуванням функціонально-вартісного аналізу, що дасть змогу виявити економічну доцільність здійснення таких витрат; науково-методичний підхід до оцінювання умов та можливостей забезпечення інтеграції маркетингових комунікацій та на основі цього запропоновано застосовувати дві методики забезпечення інтеграції маркетингових комунікацій: «2СНМ» і «Дев'ять рівнів інтеграції», що дасть змогу встановити оптимальні умови для здійснення ефективних інтегрованих маркетингових комунікацій і максимально погоджених дій всіх підрозділів підприємства. Впроваджено в діяльність Українсько-Австрійського підприємства ТОВ «Фішер-Мукачево», ТОВ «Буффало Груп», ТОВ «Компанія Спорттехніка» та в навчальний процесі Тернопільського національного економічного університету. Сфера використання – діяльність підприємств виробників спортивних товарів.

2. Object - marketing activity of enterprises manufacturing sports goods. Objective - deepening of theoretical and methodological provisions to integrated marketing communications and development of practical recommendation for their effective use by enterprises manufacturing sports goods. Methods - general and special scientific methods: axiomatic, historical comparison, system analysis, scientific abstraction, structural-functional approach, survey, scientific induction and deduction, SWOT, SOSTAC system, functional-cost analysis. Results - theoretical generalization and introduction of the new solution to the scientific problem, which is contained in improving the formation and effective use of integrated marketing communications of enterprises manufacturing sports goods in a market environment. Novelty - improvement of the method of economic and social efficiency of integrated marketing communications of the marketing activities of enterprises manufacturing sports goods based on index calculation, which will identify the features of such communications; mechanism for planning effective marketing communications using a system and methods of strategic planning that will help form the target group of consumers and define the "zone", improve the result and implement integrated marketing communications; - further development: the interpretation of the concept of "integrated marketing communications"; justification the effectiveness of advertising costs from the point of view of selling differentiated products of enterprises manufacturing sports goods taking into account the "high", "medium" and "low" segments, using a functional cost analysis, which will help to determine the economic feasibility of such costs; a scientific and methodological approach to assessing the conditions and opportunities for integrated marketing communications and on the basis proposed using two methods for the integrated marketing communications: "2SNM" and "nine levels of integration", which will help to establish optimal conditions for effective integrated marketing communications and maximize coordinated actions of all divisions of the enterprise. Introduced in the activity of Ukrainian-Austrian enterprise Ltd. "Fisher-Mukachevo", Ltd. "Buffalo Group", Ltd. "Company Sporttehnika". Sphere of use - the activity of enterprises manufacturing sports goods.

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)

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Рецензенти

VIII. Заключні відомості

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові
голови ради**

Задорожний Зеновій-Михайло Васильович

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові
головуючого на засіданні**

Задорожний Зеновій-Михайло Васильович

**Відповідальний за підготовку
облікових документів**

Реєстратор

**Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є
відповідальним за реєстрацію наукової
діяльності**



Юрченко Т.А.