Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0404U001024

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 23-03-2004

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Полякова Яна Олександрівна

2. Polyakova Yana Olexandrivna

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: кандидат наук

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 08.09.01

Назва наукової спеціальності: Демографія, економіка праці та соціальна політика

Галузь / галузі знань: Не застосовується

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 04-03-2004

Спеціальність за освітою: 7.050103

Місце роботи здобувача: Харківський державний економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 02071211

Місцезнаходження: 61001,м.Харків, проспект Леніна, 9а

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): К 64.055.02

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

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

Повне найменування юридичної особи: Харківський державний економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 02071211

Місцезнаходження: 61001,м.Харків, проспект Леніна, 9а

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 06.75.55

Тема дисертації:

1. Соціально-економічні аспекти управління рекламною діяльністю підприємства

2. Social-economic aspects of enterprise advertising activity management

Реферат/анотація:

1. Об'єктом дослідження є процес рекламної діяльності підприємств на ринку роздрібної торгівлі. Метою дисертаційної роботи є узагальнення та розвиток теоретичних аспектів соціально-економічного управління рекламною діяльністю і розробка науково-методичних рекомендацій у цій сфері. У дисертації використовувалися спеціальні методи емпіричного й теоретичного дослідження: системний підхід, соціологічні методи, методи експертних оцінок та піпл-метрії, методи математичної статистики. Наукове значення роботи полягає в тому, що отримані в роботі нові наукові положення та практичні рекомендації формують комплексний підхід до управління рекламною діяльністю підприємства, який враховує тенденції та особливості розвитку соціально-економічних процесів суспільства. Основні наукові положення дисертації доведені до рівня методичних розробок, що дозволяє використовувати їх в управлінні рекламною діяльністю підприємства. Основні наукові результати дослідження були використані на підприємствах: ТОВ «Графіка-Харків» (акт № 83 від 12.02.2003р.), АТ «Імприз» (акт № 29 від 28.01.2003р.); ТОВ «Топ-сервіс» (акт № 04-150 від 30.06.2003р.); ТОВ «Екомедпром» (акт №15/04-03 від 15.04.2003р.); ДП «Автотрейдінг-Харків» (акт № 79

від 09.07.2003р.). Наукова новизна отриманих результатів полягає в наступному: вперше розроблено методику прогнозування приросту виручки підприємства від рекламної кампанії з урахуванням соціально-економічних закономірностей поведінки цільової аудиторії; вперше запропоновано методичний підхід до визначення резервів максимізації прибутку підприємства у процесі рекламної кампанії на основі моделей параметричного аналізу взаємозв'язку показників обсягу попиту, загальної виручки від реалізації та загальних витрат на товар у дорекламний і післярекламний період; отримав подальший розвиток порядок визначення ієрархії домінуючої та супутніх потреб споживача під впливом соціальних, економічних, політичних і культурних факторів макросередовища та врахування її в прогнозуванні імовірності придбання товару під час проведенняреклaмної кампанії; отримало подальший розвиток визначення оптимальної частотності рекламного звернення в управлінні рекламною діяльністю підприємства на основі використання положень теорії граничної корисності в аналізі тенденцій взаємовпливу показників «виручка підприємства від рекламної кампанії» і «рекламні витрати»; удосконалено класифікацію зовнішніх і внутрішніх чинників рекламного процесу на основі врахування характеру участі рекламодавця в їх регулюванні.

2. Object of research is process of advertising activity of enterprise. The purpose of dissertation work is the improvement and development of the social-economic theoretic aspects of enterprise advertising activity management and elaboration of the scientific-systematic recommendation in this sphere. The special methods of empirical and theoretical research were used in dissertation: the system approach, sociological methods, people-metric methods and expert valuing, methods of mathematical statistics. Scientific value of work is in forming of complex approach to management of advertising activity of enterprise, which takes into account tendentcies and peculiarities of the social-economic development process in the society. The main scientific positions of the dissertation lead to the level of methodical elaborations that allow to use them in management of advertising activity of enterprise. The basic scientific results of research have been used at the following enterprises: JSC «Grafika-Kharkiv» (the statement № 83 from 12.02.2003); SC «Impris» (the statement № 29 from 28.01.2003); JSC «Top-servis» (the statement № 04-150 from 30.06.2003); JSC «Ekomedprom» (the statement № 15/04-03 from 15.04.2003); Subsidiary enterprise «Autotraiding-Kharkiv» (the statement № 79 from 09.07.2003). Scientific novelty of the received results consists in the following: for the first time the prognoses methodic of enterprise receipt increase from advertising campaign is elaborated with account of the social-economic conformity target audience behavior law; for the first time the methodical approach to the determination of the enterprise profit maximization reserves is suggested in process of advertising campaign on the basis of parametrical analysis models of correlation such indexes as: “demand volume”, “receipts” and “expenses” of good in before advertising and after advertising periods; has received the further development the order of dominate and accompanies consumer requirements hierarchy with influence of social, economics, political and cultural factors of macro surroundings and its accounting in prognosis of goods' buying probability at the time of advertising campaign; has received the further development definition of optimum particularity of advertising message in the management of enterprise' advertising activity on the basis of using the thesis of top useful in tendencies analysis of receipt and expenses indexes correlation; has received the further development classification of external and internal factors of advertising process on the basis of character of advertising maker participation in their regulation.

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. Лисиця Надія Михайлівна

2. Лисиця Надія Михайлівна

Кваліфікація: д.соц.н., 08.09.01

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. Лисица Надежда Михайловна

2. Лисица Надежда Михайловна

Кваліфікація:

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. Lysytsya Nadiya Michailivna

2. Lysytsya Nadiya Michailivna

Кваліфікація:

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. Семеняк Інна Володимирівна
2. Семеняк Інна Володимирівна

Кваліфікація: д.е.н., 08.00.01

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. Ястремська Олена Миколаївн
2. Ястремська Олена Миколаївн

Кваліфікація: к.е.н., 08.00.01

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 Гриньова В.М.

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Гриньова В.М.

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

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

