Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0404U004479

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 06-12-2004

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Тонєва Кристина Валеріївна

2. Toneva Kristina Valeriyvna

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: кандидат наук

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 08.03.02

Назва наукової спеціальності: Економіко-математичне моделювання

Галузь / галузі знань: Не застосовується

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 11-11-2004

Спеціальність за освітою: 7.050102

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: 06.35.51

Тема дисертації:

1. Адаптивні моделі вибору рекламної кампанії підприємства

2. Adaptive Models of Choosing the Advertising Campaign at an Enterprise

Реферат/анотація:

1. Об'єктом дослідження є процес вибору рекламної кампанії підприємства.Метою дисертаційної роботи є розробка комплексу адаптивних економіко-математичних моделей вибору рекламної кампанії підприємства, що функціонує в умовах нестаціонарного зовнішнього середовища. Теоретико-методологічною основою дисертації є положення теорії адаптивних систем, дослідження вітчизняних і закордонних авторів у галузі рекламної діяльності й економіко-математичних методів. У процесі дослідження були використані наступні методи: методи системного аналізу – для представлення об'єкта досліджень і його складових, задач і інструментів дослідження; теоретико-ігрові методи моделювання – для вибору ефективного обсягу асигнувань на рекламу; методи експертних оцінок – для обробки думок експертів при оцінці обсягів асигнувань на рекламу; методи лінійного програмування – для побудови моделі ефективного розподілу обсягу асигнувань на рекламу і формування ефективного рекламного бюджету. Практична цінність отриманих результатів полягає в тому, що теоретичні розробки, викладені в дисертації, доведені до рівня практичних пропозицій і закінчених сценаріїв використання. Застосування

запропонованих розробок дозволило оцінити обсяги асигнувань на рекламу; вибрати ефективний обсяг асигнувань, розподілити його між відповідними рекламними засобами; сформувати рекламний бюджет і, як наслідок рекламну кампанію підприємства. Практичну цінність мають наступні результати: адаптивна модель вибору ефективного обсягу асигнувань на рекламу, методика експертної оцінки обсягів асигнувань на рекламу, адаптивна модель вибору рекламної кампанії підприємства, адаптивна модель ефективного розподілу обсягу асигнувань на рекламу. Наукова новизна отриманих результатів заключається в розробці комплексу адаптивних економіко-математичних моделей вибору рекламної кампанії підприємства: механізм вибору рекламної кампанії, заснований на принципах адаптації підприємства до зміни зовнішніх і внутрішніх умов його функціонування, який дозволяє підвищити обґрунтованість прийнятихуправлінських рішень; модель вибору рекламної кампанії підприємства, засновану на виділенні контурів внутрішньої та зовнішньої адаптації, яка дозволяє здійснювати як адаптацію моделі, так і адаптацію об'єкта дослідження; модель вибору ефективного обсягу асигнувань на рекламу, яка синтезує в собі переваги теоретико-ігрових і експертних моделей і дозволяє для подібного вибору отримати обґрунтоване сімейство рішень витрат на рекламу; модель розподілу обсягу асигнувань на рекламу, що представлена у вигляді задачі лінійного програмування, яка дозволяє здійснити параметричну адаптацію механізму вибору рекламної кампанії підприємства; модель планування рекламної діяльності підприємства, яка сполучає у собі ефекти рекламних комунікацій з контурами реакції ринку і споживача. Сфера застосування – можливість використання розроблених моделей вибору рекламної кампанії суб'єктами підприємницької діяльності усіх форм власності, які застосовують рекламування при просуванні вироблених товарів на ринок.

2. The research subject is the ad-campaign development. The goal of the work is the adaptive modeling of the ad-campaign choice in the unstable environment. The basic of this thesis is the statement of the adaptive systems theory, local and foreign research in the advertisement activities and math methods in economics. The following methods were employed in the research: system analysis methods representing research object and its elements; game theory modeling for the best ad-budget choice; expert-choice methods for ad-budget evaluation; linear programming for the modeling of the effective advertising money distribution. The value of the research results is that theoretical proposals can be easily used in real life. The research application allows to evaluate the amount of ad-funds; choose the best ad-budget distribute it among the appropriate advertising applications and form the ad-budget and the enterprise ad-campaign. The practical value is in the following results: the adaptive choice model of the ad-budget and the ad-campaign, expert advertising expenditures evaluation method and the adaptive model of the ad-budget distribution. The scientific importance of the acquired results is in the adaptive economical and math models of the ad-campaign choice: methodology of the advertising campaign choice based on the enterprise adaptation to the external and internal environment; model of the ad-campaign choice based on the internal and external adaptation contours permit realize adaptation and object of investigations; model of the effective volume of provision choice based on theory games and expert models; model of the volume of provision distribution kind of linear programming sum and permit to realize parametric adaptation of the methodology of the advertising campaign choice; model of the ad-campaign planning which combine effect of ad- communications with contours of reaction market and consumer. Scope of application – subjects of entrepreneurship all kinds of the property which used ad-campaign.

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. Раєвнєва Олена Валентинівна

2. Rayevneva Olena Valentunivna

Кваліфікація: к.е.н., 08.03.02

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. Заруба Виктор Яковлевич

2. Заруба Виктор Яковлевич

Кваліфікація: д.е.н., 08.03.02

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. Лилик Ірина Вікторівна

2. Лилик Ірина Вікторівна

Кваліфікація: к.е.н., 08.03.02

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. Щербак Валерія Геннадіївна

2. Щербак Валерія Геннадіївна

Кваліфікація: к.е.н., 08.00.05

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.