Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0418U005241

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 18-12-2018

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Принько Мар'яна Сергіївна
2. Prynko Mariana Sergiivna

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: 26-11-2018

Спеціальність за освітою: маркетинг

Місце роботи здобувача: Відкритий міжнародний університет розвитку людини "Україна"

Код за ЄДРПОУ: 30373644

Місцезнаходження: вул. Львівська, 23, корп. 1, м. Київ, Київ, 04071, 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 67.052.05

Повне найменування юридичної особи: Херсонський національний технічний університет

Код за ЄДРПОУ: 05480298

Місцезнаходження: Бериславське шосе, 24, м. Херсон, Херсонська обл., 73008, 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: Хмельницький національний університет

Код за ЄДРПОУ: 02071234

Місцезнаходження: вул. Інститутська, 11, м. Хмельницький, Хмельницький р-н., Хмельницька обл., 29016, Україна

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 маркетингом підприємств реального сектору економіки на засадах взаємодії з неприбутковими організаціями

2. Marketing Management at the real economy sector enterprises based on interaction with non-profit organizations

Реферат/анотація:

1. Дисертаційну роботу присвячено обґрунтуванню теоретико-методичних положень і розробленню науково-практичних рекомендацій щодо управління маркетингом підприємств реального сектору економіки на засадах взаємодії з неприбутковими організаціями. За результатами дослідження узагальнено визначення комплексу маркетингу підприємств шляхом формування моделі комплексу для неприбуткових організацій. Розроблено класифікацію неприбуткових організацій залежно від сфери їх впливу, що дозволяє класифікувати неприбуткові організації як: професійні (фахові, галузеві), благодійні і волонтерські, універсальні. Удосконалено науково-методичний підхід до управління маркетингом підприємств реального сектору економіки, який базується на концепції соціально-відповідального маркетингу. Сформовано аналітичний інструментарій оцінювання впливу факторів маркетингового середовища на динаміку

соціально-економічних показників підприємств реального сектору економіки, а також сучасного стану та тенденцій практичної реалізації комплексу маркетингу неприбуткових організацій. Запропоновано науково-методичні підходи до вибору стратегічних конкурентних груп у сфері діяльності неприбуткових організацій. Сформовано концептуальний підхід до управління маркетингом підприємств реального сектору економіки, який базується на запровадженні механізму їх взаємодії з неприбутковими організаціями. Розроблено організаційно-методичний інструментарій соціально-відповідального маркетингу на засадах взаємодії з неприбутковими організаціями і сценарний підхід при прийнятті управлінських рішень у сфері маркетингу, що сприяє посиленню конкурентних позицій підприємств реального сектору економіки за рахунок дотримання соціальних норм і стандартів.

2. The dissertation is devoted to the substantiation of theoretical and methodological approaches and the development of scientific and practical recommendations on the management of marketing of enterprises of the real economy sector on the basis of interaction with non-profit organizations. The results of the study summarize the definitions of the complex of marketing of enterprises by forming a model model for non-profit organizations. The proposed approach allows classifying nonprofit organizations as: professional (professional, sectoral), charitable and volunteer, universal. The application of the classification of nonprofit organizations makes it possible to apply the scenario approach in making managerial decisions by enterprises of the real economy sector, in interaction with their determined types of non-profit organizations. The analytical tools for estimating the influence of factors of the marketing environment on the dynamics of socio-economic indicators of enterprises of the economy real sector, as well as the current situation and trends of the practical implementation of the marketing mix of non-profit organizations and the possibilities of influencing the activities of enterprises of the economy real sector from non-profit organizations to strengthen their competitive positions, have been formed. The scientific and methodical approaches to the selection of strategic competitive groups in the field of activity of non-profit organizations are offered, which allows enterprises of the real sector of the economy to form co-marketing systems. The necessity of introducing a conceptual approach to marketing of enterprises of the real economy sector based on the introduction of a mechanism for their interaction with non-profit organizations is substantiated. The scientific and practical approaches to managing the marketing of enterprises have been improved on the basis of the formation of organizational and methodical tools for socially responsible marketing based on interaction with non-profit organizations.

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. Ковальчук Світлана Володимирівна

2. Kovalchuk Svitlana Volodymyrivna

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. Кендюхов Олександр Володимирович

2. Kendiukhov Oleksandr Vladimirovich

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

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Шукліна Вікторія Вікторівна

2. Shuklina Viktoria Viktorivna

Кваліфікація: к. 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

Рецензенти

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові голови ради	Савіна Галина Григорівна
Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні	Савіна Галина Григорівна
Відповідальний за підготовку облікових документів	
Реєстратор	
Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності	Юрченко Т.А.