Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0519U000406

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 03-06-2019

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Дейнега Інна Олександрівна

2. Deineha Inna O.

Кваліфікація: к. е. н., 08.06.01

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: доктор наук

Аспірантура/Докторантура: ні

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: 29-05-2019

Спеціальність за освітою: Економіка підприємства

Місце роботи здобувача: Рівненський державний гуманітарний університет

Код за ЄДРПОУ: 25736989

Місцезнаходження: вул. Степана Бандери, 12, м. Рівне, Рівненський р-н., Рівненська обл., 33028, 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: Рівненський державний гуманітарний університет

Код за ЄДРПОУ: 25736989

Місцезнаходження: вул. Степана Бандери, 12, м. Рівне, Рівненський р-н., Рівненська обл., 33028, 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. Формування комплексу маркетингових комунікацій закладів вищої освіти: теорія, методологія, практика

2. Formation of a complex of marketing communications of institutions of higher education: theory, methodology, practice

Реферат/анотація:

1. У дисертації науково обґрунтовано теоретико-методологічні і методичні положення щодо засад формування комплексу маркетингових комунікацій ЗВО та розроблено практичні рекомендації щодо їхньої реалізації в умовах поглиблення лібералізації ринку освітніх послуг. Розроблено засади позиціонування послуги на ринку освітніх послуг, структуровано процес оцінювання їх якості. Здійснено позиціювання послуг ЗВО в координатах «матеріальна/нематеріальна компонента». Обґрунтовано детермінанти процесу комунікації. Встановлено місце маркетингових комунікацій у маркетинговому комплексі закладів освіти, визначено їх види. Досліджено специфіку формування комунікацій на ринку освітніх послуг. Ідентифіковано та охарактеризовано складові комплексу маркетингових комунікацій, які використовуються вітчизняними та закордонними ЗВО. Описано процес формування комплексу маркетингових комунікацій ЗВО. Проаналізовано концептуальні підходи щодо оцінювання ефективності окремих складових комплексу маркетингових комунікацій. Визначено пріоритетний характер в комплексі маркетингових комунікацій ЗВО

онлайн комунікацій. Обґрунтовано методичний інструментарій щодо оцінювання якості та удосконалення сайтів ЗВО. Розвинуто термінологічний апарат брендингу ЗВО. Оцінено базові компоненти брендів вітчизняних ЗВО, запропоновано заходи щодо їх удосконалення. Ідентифіковано учасників ринку освітніх послуг ЗВО, ланцюг створення та надання ними освітніх послуг. Досліджено стан факторів середовища закладів освіти та їх вплив на формування попиту на освітні послуги ЗВО. Оцінено залежність комплексу маркетингових комунікацій ЗВО від потенціалу ринку освітніх послуг. Визначено орієнтири та масштаби лібералізації ринку освітніх послуг ЗВО. Адаптовано механізм аутсорсингу до процесів академічної мобільності та освітньої міграції та конкретизовано напрямки їх комунікаційної підтримки. Розглянуто термінологічний та методологічний апарати брендингу території як базової складової бренду ЗВО, що на ній розміщений. Обґрунтовано детермінанти процесу комунікацій ЗВО із стейкхолдерами. Розроблено модель автореструктуризації комплексу маркетингових комунікацій ЗВО під впливом чинників ринкового середовища. Розглянуто можливості модернізації комплексу маркетингових комунікацій ЗВО з використанням потенціалу е-середовища.

2. In the thesis, theoretical, methodological and methodical positions are grounded in the principles of formation of the marketing communications complex institutions of higher education (IHE), and practical recommendations for their implementation in the context of deepening the liberalization of the educational services market are developed. The principles of positioning services in the market of educational services are developed, the process of evaluation of their quality is structured. The positioning of IHE services in the "material / intangible component" coordinates is carried out. The determinants of the communication process are substantiated. The place of marketing communications in the marketing complex of educational institutions is determined, their types are determined. The specifics of formation of communications on the market of educational services are explored. The components of the marketing communications complex used by domestic and foreign IHE have been identified and characterized. The process of formation of a complex of marketing communications IHE is described. The conceptual approaches to the evaluation of the efficiency of individual components of a marketing communications complex are analyzed. The priority character in the complex of marketing communications of the IHE of online communications is determined. The methodical tool for quality evaluation and improvement of IHE sites is substantiated. The terminology device for branding of IHE is developed. The basic components of brands of domestic IHE are estimated, measures for their improvement are proposed. The participants of the IHE educational services market, the chain of creation and provision of educational services were identified. The state of environmental factors of educational institutions and their influence on the formation of demand for educational services of IHE is investigated. The dependence of the complex of marketing communications on the potential of the educational services market is assessed. The guidelines and extent of liberalization of the IHE educational services market are determined. The mechanism of outsourcing to the processes of academic mobility and educational migration is adapted and the directions of their communication support are specified. The terminology and methodological devices of branding of the territory as the basic component of the brand IHE placed on it are considered. The determinants of the IHE communication process with stakeholders are substantiated. The author's model of auto-restructuring of a complex of marketing communications of IHE under the influence of factors of a market environment is developed. The possibilities of modernization of the complex of marketing communications of IHE with the use of the potential of the e-environment are considered.

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. Крикавський Євген Васильович
2. Krykavskyi Yevhen V.

Кваліфікація: д. е. н., 08.06.01

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. Крикавський Євген Васильович
2. Krykavskyi Yevhen V.

Кваліфікація: д. е. н., 08.06.01

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. Окландер Михайло Анатолійович

2. Oklander Mykhaylo A.

Кваліфікація: д. е. н., 08.06.01

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. Ковальчук Світлана Володимирівна

2. Kovalchuk Svetlana V.

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. Гарафонова Ольга Іванівна

2. Garafonova Olha I.

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

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.