Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Image not found or type unknow

Державний обліковий номер: 0419U004769

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 07-11-2019

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Угольков Євгеній Олегович

2. Ugolkov Ievgenii O.

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: 01-11-2019

Спеціальність за освітою: Маркетинг

Місце роботи здобувача: Національний університет "Львівська політехніка"

Код за ЄДРПОУ: 02071010

Місцезнаходження: вул. С. Бандери, 12, м. Львів, Львівська обл., 79013, 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 35.052.03

Повне найменування юридичної особи: Національний університет "Львівська політехніка"

Код за ЄДРПОУ: 02071010

Місцезнаходження: вул. С. Бандери, 12, м. Львів, Львівська обл., 79013, 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: Національний університет "Львівська політехніка"

Код за ЄДРПОУ: 02071010

Місцезнаходження: вул. С. Бандери, 12, м. Львів, Львівська обл., 79013, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 06.81.55

Тема дисертації:

1. Організування та оцінювання маркетингової взаємодії підприємств на основі використання Інтернет-технологій

2. Organization and evaluation the marketing interactions of enterprises using Internet-technologies

Реферат/анотація:

1. Об’єктом дослідження є процес маркетингової взаємодії підприємства з клієнтом. Предметом дослідження є теоретико-методологічні та прикладні положення із побудови маркетингової взаємодії з використанням Інтернет-технологій. Метою дисертаційної роботи є розроблення теоретико-методологічних і методико-прикладних засад удосконалення маркетингової взаємодії з клієнтом підприємства з використанням Інтернет-технологій. Автором використано методи: порівняння, систематизації та узагальнення; морфологічного аналізу; кореляційно-регресійного аналізу; експертних оцінок й емпіричного дослідження; порівняльного та статистичного аналізу; системного підходу; структурно-логічного аналізу; математичний; графічний; аналізу і синтезу. Теоретична цінність результатів дисертаційної роботи полягає у дослідженні теоретичних засад щодо удосконалення процесів організування та оцінювання маркетингової взаємодії підприємств на основі використання Інтернет-технологій. Наукова новизна одержаних результатів: вперше запропоновано модель об’єднуючого контент-забезпечення маркетингової взаємодії підприємства з

клієнтом, що забезпечує формування безперервного потоку подання контенту через усі етапи взаємодії з урахуванням особливостей кожного каналу взаємодії та відповідальних осіб на підприємстві; удосконалено науково-методологічний підхід до прогнозування трафіку Інтернет-ресурсу, що ґрунтується на використанні багатофакторної регресійної моделі та враховує запропонований асортимент товарів, SEO видимість Інтернет-ресурсів та кількість пошукових запитів Google для відповідного Інтернет-ресурсу; удосконалено класифікації за новими ознаками: інструментів Інтернет-маркетингу, яка пропонує додати до існуючих класифікаційних ознак тип впливу на потенційного клієнта (формування попиту, перенаправлення сформованого попиту та брендинг) та видів монетизації Інтернет-ресурсів як основної цілі маркетингової взаємодії підприємства з клієнтом, яка у доповненні до існуючих, дає змогу виділити нові види монетизації за такими ознаками як строковість та форма розрахунку; удосконалено систему показників оцінювання рівня економічної ефективності контенту за його впливом на прийняття рішень клієнтом про купівлю, що забезпечує моніторинг ефективності контенту на ключових етапах взаємодії підприємства з клієнтом; розвинуто параметри основних каналів подання контенту під час взаємодії підприємства з клієнтом, які беруть до уваги частотність подання контенту, можливість внесення змін в процесі його подання та етапи взаємодії підприємства з клієнтом, на яких контент транслюється; розвинуто понятійно-термінологічний апарат у сфері маркетингу з використанням Інтернет-технологій, зокрема поняття «трафік Інтернет-ресурсу», «лід», «лідогенерація», «монетизація Інтернет-ресурсу», «конверсійна дія» тощо. Рекомендації автора застосовуються щодо формування управлінських рішень у сфері взаємодії підприємства з користувачем його Інтернет-ресурсу. Сферою використання авторських рекомендацій є суб'єкти господарювання.

2. The process of marketing interaction of the enterprise with the client is the object of the research. The subject of the research is theoretical, methodological and applied principles for developing marketing interaction using Internet technologies. The purpose of the dissertation is to develop theoretical, methodological and applied principles of improving marketing interaction with the client of the enterprise using Internet technologies. The author uses the following methods: comparison, systematization and generalization; morphological analysis; correlation-regression analysis; peer review and empirical research; comparative and statistical analysis; systematic approach; structural-logical analysis; mathematical; graphic; analysis and synthesis. The theoretical value of the results of the dissertation is to study the theoretical foundations for improving the processes of organizing and evaluating the marketing interaction of enterprises based on the use of Internet technologies. Scientific novelty of the obtained results: for the first time a model of unifying content-providing of marketing interaction of the enterprise with the client is developed, which provides formation of a continuous stream of content through all stages of interaction taking into account the peculiarities of each channel of interaction and responsible persons at the enterprise; improved scientific and methodological approach to Internet traffic forecasting based on the use of multivariate regression model, taking into account the offered range of products, SEO visibility of Internet resources and the number of Google searches for the corresponding Internet resource; new classifications are improved: classification of Internet marketing tools that propose to add to the existing classification characteristics of the type of influence on the potential customer (demand generation, redirection of generated demand and branding) and types of monetization of Internet resources as the main purpose of marketing interaction with the client, that in addition to existing ones, allows to distinguish new types of monetization by such criterias as timeliness and form of payment; the system of indicators of estimation of level of economic efficiency of content on its influence on decision-making by the client on purchase is improved, which provides monitoring of content efficiency at key stages of the enterprise-client interaction; the parameters of the main channels of content submission during the interaction of the enterprise with the client have been developed, which take into account the frequency of the content submission, the possibility of making changes in the process of its submission and the stages of interaction of the enterprise with the client on which the content is provided; conceptual and terminological apparatus in the sphere of marketing using Internet technologies has been developed, including the concepts of "Internet resource traffic", "lead", "lead generation", "Internet resource monetization", "conversion action", etc. The author's recommendations apply to the formation of management

decisions in the sphere of interaction of the enterprise with the user of its Internet resource. The subject matter of the copyright guidelines is economic entities. The scope of the author's recommendations is developed for economic entities.

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. Карий Олег Ігорович
2. Karyi Oleh I.

Кваліфікація: д. 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

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., 08.00.04

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. Зозульов Олександр Вікторович
2. Zozulov Oleksandr V.

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 Кузьмін Олег Євгенович

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Кузьмін Олег Євгенович

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності



Юрченко Т.А.