Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0410U002599

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 14-06-2010

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Романченко Олена Миколаївна
2. Romanchenko Olena Mykolaivna

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: 20-05-2010

Спеціальність за освітою: 8.050206

Місце роботи здобувача: Харківський національний технічний університет сільського господарства імені П.М.Василенка

Код за ЄДРПОУ: 00493741

Місцезнаходження: 61002, м.Харків, вул.Артема, 44

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство аграрної політики України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): Д 64.055.01

Повне найменування юридичної особи: Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Код за ЄДРПОУ: 02071211

Місцезнаходження: проспект Науки, 9-А, м. Харків, Харківський р-н., Харківська обл., 61166, 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: Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Код за ЄДРПОУ: 02071211

Місцезнаходження: 61166, м. Харків, проспект Науки, 9 а

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 маркетингових комунікацій у зовнішньоекономічній діяльності машинобудівного підприємства

2. Formation of marketing communication in foreign economic activity of machine-building enterprise

Реферат/анотація:

1. Об’єкт дослідження: зовнішньоекономічна діяльність машинобудівних підприємств; мета роботи: поглиблення теоретичних основ формування маркетингових комунікацій і розробка методичних положень щодо їх удосконалення на вітчизняних машинобудівних підприємствах ? суб’єктах зовнішньоекономічної діяльності; методи дослідження та апаратура: монографічний, статистичного аналізу, системний підхід, анкетування, дисперсійний аналіз, сполучний аналіз, метод статистики t для залежних вибірок, гіпотетико-дедуктивний метод, графічний; теоретичні і практичні результати: визначення маркетингових комунікацій машинобудівного підприємства як складної динамічної системи зі зворотним зв’язком, яке на відміну від існуючих враховує наявність маркетингового комунікативного впливу прямої і непрямої дії, що дає змогу враховувати особливості споживачів на різних рівнях партнерства у зовнішньоекономічній діяльності

підприємства; послідовність етапів вибору засобів маркетингових комунікацій, адекватних очікуванням, ціннісним орієнтаціям та запитам різних типів споживачів машинобудівного підприємства, особливістю якого є побудова маркетингового комунікативного комплексу для кожного суб'єкта господарювання на основі структурного комплексу маркетингових комунікацій, що є підґрунтям для практичних розробок у маркетинговій зовнішньоекономічній діяльності машинобудівного підприємства; систему просування продукту на ринок, яка базується на принципах рефлексивного управління поведінкою споживача-індивіда, особливістю якої є введення трьох типів маркетингових комунікацій, що уможливлює ухвалення обґрунтованих управлінських рішення щодо вибору засобів маркетингових комунікацій, адекватних особливостям цільових ринків збуту; методичний підхід до формування програми лояльності зарубіжних організованих споживачів підприємства, відмінною рисою якого є виділення і кількісне вираження частки цінності кожного виду привілеїв у межах їх запропонованих груп для організованих споживачів, на основі яких формулюються обґрунтовані прогнози сприйняття зарубіжними споживачами програми лояльності; структурна побудова маркетингового комунікативного комплексу машинобудівного підприємства, яку подано у вигляді структурного комплексу маркетингових комунікацій, особливість якого полягає у визначенні засобів комунікацій у межах елементів комплексу, орієнтованих на організованих споживачів та споживачів-індивідів, що сприяє стимулюванню попиту на продукт машинобудівного підприємства за кордоном; ступінь упровадження: розробки впроваджені в практичну діяльність ВАТ «ХЕЛЗ «Укрелектромаш», ВАТ «Електромашина»; сфера використання: формування маркетингових комунікацій у зовнішньоекономічній діяльності машинобудівних підприємств.

2. Object of the study: foreign economic activity of machine building enterprises; Objectives: intensification of theoretical basis of marketing communications formation and development of methodological regulations concerning improvement thereof at domestic machine building enterprises, which are the subjects of foreign economic activity; methods of research and equipment: monographic method, method of statistical analysis, system approach, questioning, dispersion analysis, connecting analysis, method of t statistics for dependent samples, hypothetic and deductive method, graphic method; theoretical and practical results: determination of marketing communications of machine building enterprise as a complex retroactive dynamic system, which, unlike any existing one, takes into account availability of marketing communicative influence of direct and indirect action that allows to take into account peculiarities of consumers at different levels of partnership in foreign economic activity of an enterprise; sequence of the stages of choice of marketing communication means adequate to anticipations, systems of values and demands of different types of consumers of a machine building enterprise, the peculiarity of which is the formation of marketing communicative complex for each business entity on the basis of structural complex of marketing communications, which is the ground for practical studies in marketing foreign economic activity of a machine building enterprise; system of product market promotion based on the principles of reflexive management of an individual consumer's behavior, the characteristic feature of which is the introduction of three types of marketing communications that makes possible taking a grounded managerial decision concerning the choice of marketing communication means adequate to peculiarities of target product market; methodological approach to the formation of loyalty program of foreign organized consumers of an enterprise, the distinctive feature of which is the selection and quantitative expression of the rate of value of each type of privileges within the introduced groups for organized consumers, on the basis of which grounded forecasts for acceptance of the loyalty program by foreign consumers are formulated; structuring of marketing communication complex of a machine building enterprise that is introduced in the form of structural complex of marketing communications, the peculiarity of which lies in the determination of communication means within elements of the complex oriented for organized consumers and individual consumers, which contributes to the promotion of sale of machine building enterprise's products abroad; degree of implementation: the above developments are put into practice at OAO HELZ Ukrelektromash, OJSC, Elektromachina, OJSC; sphere of use: formation of marketing communications in foreign economic activity of machine building enterprises.

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 Налія Михайлівна

2. Lisitsa Nadiya Mihailivna

Кваліфікація: д.соц.н., 22.00.03

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. Кендюхов Олександр Володимирович

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. Іванова Роза Хамітівна

2. Іванова Роза Хамітівна

Кваліфікація: к.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

Рецензенти

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові голови ради Пономаренко Володимир Степанович

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Пономаренко Володимир Степанович

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

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