Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0406U003409

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 18-07-2006

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Рижкова Галина Анатоліївна

2. Ryzhkova Galina

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: кандидат наук

Аспірантура/Докторантура: ні

Шифр наукової спеціальності: 08.02.03

Назва наукової спеціальності: Організація управління, планування і регулювання економікою

Галузь / галузі знань: Не застосовується

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 30-06-2006

Спеціальність за освітою: 7.050301

Місце роботи здобувача: Дніпропетровський університет економіки та права імені Альфреда Нобеля

Код за ЄДРПОУ: 20201672

Місцезнаходження: 49000, м.Дніпро, набережна Леніна,18

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): К 08.120.01

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: Дніпропетровський університет економіки та права імені Альфреда Нобеля

Код за ЄДРПОУ: 20201672

Місцезнаходження: 49000, м.Дніпро, набережна Леніна,18

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 06.75.13

Тема дисертації:

1. Організаційно-економічний механізм управління маркетинговими комунікаціями
2. Organizational and economical mechanism of marketing communication management

Реферат/анотація:

1. Об'єкт дослідження - процеси маркетингових комунікацій у системі управління підприємством. Предмет дослідження - механізм ефективного управління маркетинговими комунікаціями підприємства. Метою дисертаційної роботи є удосконалення теоретичних основ, розробка науково-методичних підходів і практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності ринкової діяльності підприємств на основі управління маркетинговими комунікаціями. Теоретичним підґрунтям дослідження є базові принципи, наукові положення і сучасні розробки теорій комунікацій, інформації, управління, прийняття рішень і маркетингу. У процесі дослідження використовувалися принципи: системності, загального зв'язку та розвитку, які дозволили розглядати маркетингові комунікації як одну з функцій управління ринковою діяльністю підприємства; абстрагування - для виділення управлінських функцій, які відносяться до маркетингових комунікацій, що дало можливість сформувати методичні основи процесу управління ними. Крім того, у процесі дослідження було застосовано такі загальнонаукові та спеціальні методи: візуально-

графічний - для подання результатів у наочній формі; статистичний - для представлення динаміки ринку комунікацій; класифікації - для класифікації комунікаційних засобів; системного аналізу і синтезу, індукції і дедукції - для аналізу моделей та методів управління комунікаційним процесом; абстрактно-логічний - для теоретичного узагальнення та формулювання висновків. Наукова новизна одержаних результатів полягає в розробці та удосконаленні організаційно-економічного механізму управління маркетинговими комунікаціями підприємств з метою підвищення ефективності їх ринкової діяльності. При цьому: вперше: - запропоновано модель комунікаційного процесу підприємства, у якій відправнику повідомлення в організації комунікаційного процесу відводиться роль вибору комунікатора, формування мети комунікації та контролю ефекту передачі повідомлення; - запропоновано організаційно-економічний механізм управління маркетинговим комунікаційним процесом, що містить в собі основні стадії та послідовність їх настання для ініціатора - підприємницької структури, починаючи від формулювання мети, її формалізації та створення методики оцінки ефективності до прийняття рішень про її коригування або формулювання наступної мети у випадку досягнення ефекту; - запропоновано систему показників оцінки ефективності комунікаційної діяльності підприємства, що містить набір елементів, які дозволяють контролювати параметри ключових етапів маркетингового комунікаційного процесу; удосконалено: - існуючі технічні комунікаційні моделі з наступною їх адаптацією до сучасного трактування маркетингових комунікацій як об'єкта управління; дістали подальшого розвитку: - понятійний апарат у контексті управління маркетинговими комунікаціями, а саме: відправник повідомлення, комунікатор, одержувач повідомлення, мета комунікації, повідомлення, зворотний зв'язок, ефект комунікаційного процесу, які лягли в основу розробки запропонованого механізму; - модель цілей-ефектів комунікації, відповідно до якої кінцевою метоюкомунікаційного впливу є приведення одержувача в стан прихильності, виражений у його готовності здійснювати повторні дії (купівлі), і підтримка його в цьому стані. Науково-методичні підходи і практичні рекомендації, одержані в результаті дослідження, дають можливість ефективно організувати процес управління маркетинговими комунікаціями підприємства. Результати наукових досліджень ефективно використовуються на наступних українських підприємствах: ТОВ "Агропромтехніка" (довідка №399 від 01.09.2005 р.), ТОВ "Агро-Союз-Запоріжжя" (торговельна марка "Агро-Союз") (довідка №304-К від 05.11.2005 р.), ТОВ "Молочний Дім" (торговельна марка "Фанні") (довідка №1021 від 19.10.2005 р.). Науково-методичні результати дослідження використовуються також в навчальному процесі при викладанні дисциплін "Маркетингові комунікації" і "Торговельна логістика" у Дніпропетровському університеті економіки та права (довідка №929 від 03.11.2005 р.).

2. The matter of investigation is the processes of marketing communications in the system of organization management. The subject of investigation is the mechanism of effective management of marketing communications of enterprise. The purpose of thesis is improvement of theoretical basis, development of scientific and methodological ways and practical recommendations concerning the efficiency increase of marketing activity of enterprise based on the marketing communications management. Theoretical foundation of investigation is basic principals, scientific statements and modern developments of theories of communication, information, management, making decisions and marketing. The following principals were used in the investigation process: the p. of structure of general connections and development which allowed consider marketing communications as one of the functions of management of enterprise market activity; abstraction principal - for the separation of management functions related to marketing communications which helped to form methodical basis of their management process. Besides, such general scientific and special methods are used in this work: visual graphical - for submitting of the results obviously; statistical method - for the presenting of the dynamics of communications market; classification method - for classification of communication means; method of system analysis and synthesis, induction and deduction - for analysis of models and the methods of management of communication process; abstractive and logical method-for theoretical ground and foundation of conclusions. The scientific newness of the received results concludes in development and improvement of organization and economic mechanism of management of marketing communications of enterprises for the purpose of efficiency increase of their market activity. At the same time: first:- the model of communication process of the company, in which the sender of message in the organization of communication process is having a role of communicator selecting, the

forming of communication purpose and control of message transfer effect, is proposed; organizational and economical mechanism of management of marketing communicational process which consists of main stages and consequence of their coming for initiator - for enterprise structure, beginning form purpose forming, it's formalization and creation of efficiency estimation method to taking a decision concerning its correcting or forming the following purpose in case of effect achievement, is proposed; - indices system of efficiency estimation of company's communication activity which consists of set of elements that allow to control parameters of key stages of marketing communication process, is proposed; it is improved: - existing technical communication models with their further adaptation to modern interpretation of marketing communications as the object of management; the following were developed: - understanding structure concerning the management of marketing communications: the messagesender, communicator, receiver, the purpose of communication, message, back connection, effect of communicational process, which are in base of development of mechanism proposed; - the model of purposes and effects of communication, according to which the final purpose of communication influence is turning the receiver into the state of inclination, expressed in his readiness to execute recurring actions (purchase), and keeping him in such condition. Scientific and methodical approaches and practical recommendations received in the result of investigation, help to organize effectively the process of management of marketing communications of enterprise. The results of scientific research are effectively used at the following Ukrainian enterprises: LTD "Argopromtechnika", (certificate №399 dd 01.09..2005), LTD "Agro-sous-Zaporizhzhya" (trade mark "Agro-sous") (the certificate №304-K dd 05.11.2005), LTD "Molochnyj dim" (trade mark "Fanni") (the certificate №1021 dd 19.10.2005). Scientific and methodical results of investigation are also used in the teaching process while teaching the following subjects "Marketing communications" and " Trade logistics" in Dnipropetrovs'k university of Economics And Law (the certificate №929 dd 03.11.2005).

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. Ткаченко Володимир Андрійович
2. Tkachenko Volodymyr

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. Азарян Олена Михайлівна

2. Азарян Олена Михайлівна

Кваліфікація: д.е.н., 08.02.03

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. Семенов Андрій Григорович

2. Семенов Андрій Григорович

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 Холод Борис Іванович

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Холод Борис Іванович

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності



Юрченко Т.А.