Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0412U002328

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 15-05-2012

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Челенко Юрій Володимирович
2. Chelenko Yuriy Volodymyrovych

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: 12-04-2012

Спеціальність за освітою: 8.050101

Місце роботи здобувача: ТОВ "Антік-агро"

Код за ЄДРПОУ: 24126065

Місцезнаходження: 61098, м. Харків, вул.Старокримська, 9

Форма власності:

Сфера управління:

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 та оцінювання маркетингових комунікацій промислового підприємства

2. Formation and appraisement of marketing communications for an industrial organization

Реферат/анотація:

1. Об’єкт дослідження: процес маркетингових комунікацій промислового підприємства; мета роботи: подальший розвиток теоретичного і методичного забезпечення формування й оцінювання маркетингових комунікацій промислового підприємства; методи дослідження та апаратура: системного підходу, аналізу та синтезу, факторного аналізу, експертних оцінок, методу середніх рангів, багатофакторного дисперсійного аналізу, графічного; теоретичні і практичні результати: методичний підхід до формування маркетингових комунікацій промислового підприємства, що, на відміну від існуючих, ґрунтується на результатах макро- та мікросегментування споживачів продукції промислового призначення, на визначенні комунікаційного бюджету з урахуванням вартості розробки повідомлень для кожного сегмента, вартості каналів комунікацій для передачі повідомлень і вартості послуг комунікатора, на розподілі комунікаційного бюджету за чотирма засобами просування залежно від стадії життєвого циклу продукції; методичне забезпечення оцінювання

ефективності маркетингових комунікацій промислового підприємства, що, на відміну від існуючих, базується на визначенні економічного ефекту та мотиваційного ефекту, що об'єднуються у показник загальної ефективності маркетингових комунікацій; методичні рекомендації щодо побудови моделі маркетингових комунікацій промислового підприємства, що виготовляє продукцію промислового призначення, які на відміну від існуючих передбачають вибір диференційованої або концентрованої стратегії за результатами сегментування споживачів та виявлення впливу таких зовнішніх факторів, як фінансовий стан підприємства, економічна ситуація в регіоні, маркетингова активність конкурентів, фінансовий стан потенційних споживачів продукції; класифікація елементів системи маркетингових комунікацій промислового підприємства, відмінність якої полягає у введенні додаткових теоретично обґрунтованих ознак – функціональної складової комунікацій та характеру впливу зовнішнього середовища на формування комунікацій; склад системи маркетингових комунікацій промислового підприємства завдяки виділенню двох підсистем – формування маркетингових комунікацій та оцінювання їхньої ефективності, а також врахуванню множинного характеру зворотного зв'язку; ступінь упровадження: розробки впроваджені в практичну діяльність ДП «Харківський завод транспортного устаткування», ДП «Харківський машинобудівний завод «ФЕД»; сфера використання: формування та оцінювання маркетингових комунікацій промислового підприємства

2. Subject of the research: the process of marketing communications for an industrial organization; aim of the work: further development of the theoretical and methodical surety for formation and appraisement of marketing communications for an industrial organization; methods of the research and equipment: system approach, analysis and synthesis, factor-analysis, expert evaluations, midrank methods, multivariable dispersion analysis, graphics; theoretical and practical results: methodical approach to formation of marketing communications for an industrial organization which is based on the results of the macro- and micro-segmentation of the industrial consumer, on the determination of the communication budget considering cost of the message development for each segment, cost of the communication channels for message transfer and the transferer, on the allocation of the communication budget in four promotion ways concerning the product life cycle; methodical surety of appraisement of marketing communications' effectiveness for an industrial organization which is based on the determination of economical and motivational effects both combined in total efficiency index of marketing communications; methodical recommendations of building the model of marketing communications for an industrial organization producing manufactured products which as opposed to the existent provide for the choice of differentiated or concentrated strategy due to the consumer's segmentation and revelation of influence such extraneous factors as the enterprise's financial condition, economical situation of the region, marketing activity of the competitor, financial condition of the potential consumer; the difference of the classification of the elements of marketing communications for an industrial organization is introduction of additional theoretically based marks – the functional component of the communication and the character of influence of an external environment on communications' forming; forming of the system of marketing communications for an industrial organization with the help of two subsystems - forming of marketing communications and their performance evaluation and also taking into account multiple character of the feedback; implementation: the research was developed commercially on public enterprise «Kharkiv transport equipment plant», public enterprise «Kharkiv machine-building plant «FED»; application: forming and appraising of marketing communications for an industrial organization

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. Верещагіна Ганна Валентинівна

2. Vereshchagina Ganna Valentynivna

Кваліфікація: к.е.н., 08.06.02

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. Окландер Михайло Анатолійович

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. Райко Діана Валеріївна

2. Райко Діана Валеріївна

Кваліфікація: к.е.н., 08.02.02

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.