Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0825U001312

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 21-04-2025

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Лян Жуй ...

2. RUI LIANG

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: доктор філософії

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 073

Назва наукової спеціальності: Менеджмент

Галузь / галузі знань: управління та адміністрування

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: 073 Менеджмент

Дата захисту: 04-03-2024

Спеціальність за освітою: Бібліотекознавство, магістр

Місце роботи здобувача:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): PhD 4768

Повне найменування юридичної особи: Сумський національний аграрний університет

Код за ЄДРПОУ: 04718013

Місцезнаходження: вул. Герасима Кондратьєва, Суми, Сумський р-н., 40021, 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: Сумський національний аграрний університет

Код за ЄДРПОУ: 04718013

Місцезнаходження: вул. Герасима Кондратьєва, Суми, Сумський р-н., 40021, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації: Українська

Коди тематичних рубрик: 06.01.01, 06.01.

Тема дисертації:

1. «Дослідження інструментарію впровадження бренд-стратегії університету»

2. «Research on the Implementation Path of University Brand Strategy»

Реферат/анотація:

1. З бурхливим розвитком ринкової економіки Китаю посилюється і роль маркетингу в його вищій освіті, а конкуренція між університетами стає все більш жорсткою . У цьому контексті неминучим є вибір реалізації стратегії бренду університету відповідно до змін зовнішнього середовища та потреб розвитку університету. Для задоволення потреб розвитку ринкової економіки Китаю, з розвитком соціалістичної ринкової економіки, глобальною інтеграцією, університети стають все більш ринково орієнтованими . Університет також стає сферою конкурентної боротьби для студентів в різних формах конкуренції. Створення впізнаваного університетського бренду створює хорошу основу для університету, щоб скористатися першою можливістю у величезній ринковій конкуренції в країні та за кордоном . Отже, закладам освіти необхідно підлаштовуватися під потреби законів розвитку самої вищої освіти. Реалізація стратегії бренду університету є потребою розвитку та трансформації університету, а також підвищення його загальної конкурентоспроможності. З розширенням кількості китайських університетів, вища освіта Китаю перетворилася з елітарної на популярну . Типи та рівні китайських університетів є більш поширеними та

мають більш різноманітні стандарти, а вибір університетів споживачами вищої освіти також є більш різноманітним та раціональним.

2. A successful brand is a recognizable product, service, person, or place that adds meaning to itself in such a way that buyers or users perceive relevant, unique, sustainable added value that is likely to satisfy their needs. A brand plays an important role in shaping an image, guaranteeing credibility, fostering trust, displaying individuality, sharing value, and guiding consumption. Brands have therefore expanded from the narrow commercial sense to include broad social branding, thus forming many brand categories, such as city brands and university brands. University brand building aims to deal with increasing competition among universities under economic globalization, promote university development, and handle employment volatility in the context of the knowledge explosion and changing social mobility. Against the background of marketing and globalization of higher education, many organizations and enterprises not only face stiff competition and quality problems in the market. Despite all the current challenges, they need to implement brand management tools. The urgent task for universities was how to apply the brand's marketing strategy to the brand management of universities, implement the optimal distribution of tangible and intangible resources, create a good brand image, expand popularity and reputation and gain competitive advantage.

Державний реєстраційний номер ДіР:

Пріоритетний напрям розвитку науки і техніки: Фундаментальні наукові дослідження з найбільш важливих проблем розвитку науково-технічного, соціально-економічного, суспільно-політичного, людського потенціалу для забезпечення конкурентоспроможності України у світі та сталого розвитку суспільства і держави

Стратегічний пріоритетний напрям інноваційної діяльності: Освоєння нових технологій транспортування енергії, впровадження енергоефективних, ресурсозберігаючих технологій, освоєння альтернативних джерел енергії

Підсумки дослідження: Теоретичне узагальнення і вирішення важливої наукової проблеми

Публікації:

- Liang Rui, Li Wei, Kseniia Blumska & Yuriy Danko (2022) Knowledge Graph of University Branding Research: Scientometric Analysis Using CiteSpace. Economic Afairs, 67, (5), 877-884.
- Prokopenko, K., Liang, R., Bliumska-Danko, K., Artyukhov, A., & Dluhopolskyi, O. (2023). Products brand marketing strategy based on environmental friendliness agricultural innovation: China-Ukraine's case. In IOP Conference Series: Earth and Environmental Science (Vol. 1126, No. 1, p. 012019). IOP Publishing. https://doi.org/10.1088/1755-1315/1126/1/012019
- Liang Rui, K. Prokopenko, S. Vovchok (2020) Application of competitive marketing strategies in brand management. Менеджмент. 2 (32). 137-146.
- Rui Liang (2022) The impact of consumer psychology on university brand choice. Journal of Innovations and Sustainability (6)3,
- Руі, Л., Блюмська-Данько, К., & Данько, Ю. (2023). THE INTERNAL CONNECTION BETWEEN BRAND STRATEGY AND THE CONNOTATION DEVELOPMENT OF UNIVERSITY. Bulletin of Sumy National Agrarian University, (2 (94)), 3-7
- Руі, Л., Блюмська-Данько, К. В., & Данько, Ю. І. (2023). THE APPLICATION OF BRAND MANAGEMENT IN THE DEVELOPMENT OF CHINESE AGRICULTURAL ENTERPRISE. Підприємництво та інновації, (27), 29-32.
- Rui, L., Yafeng, H., Bliumska-Danko, K., & Danko, Y. (2023). RATIONALITY ANALYSIS OF UNIVERSITY BRAND IMPLEMENTATION PATH. Bulletin of Sumy National Agrarian University, (4 (96), 48-54

Наукова (науково-технічна) продукція:

Соціально-економічна спрямованість:

Охоронні документи на ОПІВ:

Впровадження результатів дисертації: Впроваджено

Зв'язок з науковими темами: 0121U113070 0121U113074

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Блюмська-Данько Ксенія Валеріївна

2. Kseniia Bliumska-Danko

Кваліфікація: к. е. н., доцент, 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0003-0200-2280

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Сумський національний аграрний університет

Код за ЄДРПОУ: 04718013

Місцезнаходження: вул. Герасима Кондратьєва, Суми, Сумський р-н., 40021, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Ганущак-Єфіменко Людмила Михайлівна

2. Lyudmyla M. Ganuschak-Efimenko

Кваліфікація: д.е.н., професор, 08.00.03

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-4458-2984

Додаткова інформація: Scopus Author ID: 35758920800

Повне найменування юридичної особи: Київський національний університет технологій та дизайну

Код за ЄДРПОУ: 02070890

Місцезнаходження: вул. Мала Шияновська, Київ, 01011, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Біловодська Олена Анатоліївна

2. OLENA A. BILOVODSKA

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.02.02

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Код за ЄДРПОУ: 02070944

Місцезнаходження: вул. Володимирська, Київ, 01033, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Файвішенко Діана Сергіївна

2. Diana S. Faivishenko

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

Код за ЄДРПОУ: 01566057

Місцезнаходження: вул. Курчатова, Кривий Ріг, Криворізький р-н., 50042, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Рецензенти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Щербак Валерія Геннадіївна

2. VALERIIA G. SHCHERBAK

Кваліфікація: д.е.н., професор, 08.00.07

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Сумський національний аграрний університет

Код за ЄДРПОУ: 04718013

Місцезнаходження: вул. Герасима Кондратьєва, Суми, Сумський р-н., 40021, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові голови ради	Ніфатова Олена Михайлівна
Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні	Ніфатова Олена Михайлівна
Відповідальний за підготовку облікових документів	Веретейченко Ірина Анатоліївна
Реєстратор	Юрченко Тетяна Анатоліївна
Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності	Юрченко Тетяна Анатоліївна