Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0417U003210

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 15-06-2017

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Суровцев Олександр Олександрович
2. Surovtsev Oleksandr Oleksandrovych

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: кандидат наук

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 08.00.02

Назва наукової спеціальності: Світове господарство і міжнародні економічні відносини

Галузь / галузі знань: Не застосовується

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 29-05-2017

Спеціальність за освітою: 8.03020601

Місце роботи здобувача: ТОВ «КОДРУМ»

Код за ЄДРПОУ: 39838607

Місцезнаходження: 04071, Київ, вул. Воздвиженська, 45-47-49

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): Д 26.001.02

Повне найменування юридичної особи: Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Код за ЄДРПОУ: 02070944

Місцезнаходження: вул. Володимирська, 60, м. Київ, Київська обл., 01033, 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: Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Код за ЄДРПОУ: 02070944

Місцезнаходження: 01033, м. Київ, вул. Володимирська, 64

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 06.51

Тема дисертації:

1. Вплив соціальних мереж на систему маркетингових комунікацій міжнародних компаній (МК).

2. The Impact of Social Networks on the Marketing Communications System of the International Companies.

Реферат/анотація:

1. У дисертації з'ясовано економічний зміст соціальних мереж як каналу та інструменту маркетингових комунікацій, а також їх ґенеза. Визначено роль та місце соціальних мереж у системі маркетингових комунікацій міжнародних компаній. Проведено диференціацію та визначено поліваріантність соціальних мереж у структурі комунікаційних інструментів міжнародних компаній. Виявлено інноваційну спрямованість соціальних мереж як засобу реалізації комунікаційної політики МК, досліджено процес трансформації взаємозв'язку соціальних мереж та традиційних інструментів маркетингових комунікацій МК. Надано рекомендації щодо посилення конкурентоспроможності МК як визначального показника ефективності впливу соціальних мереж, зокрема шляхом розробки програму збуту через соціальні мережі. Досліджено ефективність соціальних мереж у комунікативній діяльності МК; розроблено економіко-математичну модель дослідження ефективності соціального медіа-маркетингу (далі – СММ), що показує співвідношення віддачі

від фінансування (витрат) на формування контенту у соціальних мережах і таргетованої реклами в соціальних мережах та ефективності таких засобів соціальних комунікацій.

2. The economic content of social networks was found out as a channel and a tool of marketing communication that unites customer and marketer according to supply and demand of the products of international companies (ICs), which key (basic) features are the following: interactivity, high dynamism and large scale of communication of different groups of customers and marketers of the company, as well as the genesis of their formation. Social networks are studied as a tool of the ICs' marketing communication system which includes the following set of communication methods: building brand communities, work with the blogosphere, personal branding, unconventional activities, reputation management and communication means: advertising in social networks, public relations in social networks, viral campaigns, generation of leads and community building; differentiation of social networks in the structure of the ICs' marketing communications was examined as well. The differentiation was made and the features of the use of social networks in the structure of the ICs' marketing communications were analyzed. It was found that the majority of international companies actively use social networks for carrying out communications, among which the most applicable network is Facebook. The innovative orientation of social networks as means of implementation of the ICs' communication policy was identified; it consists in the use of strategic innovation management aimed at the use of innovative tools to promote via social networks. The transformation of the relation of social networks and traditional tools of the ICs' marketing communication consists in the use of advertising, PR, holding mass events, personal sales, sales promotion, direct marketing and other traditional tools of marketing communications in the plane of interaction with consumers in social networks. The economic and mathematical model of research on the SMM effectiveness is developed which shows the ratio of return on financing of (costs for) the formation of content in social networks and targeted advertising in social networks, and the effectiveness of such means of social communications (criteria - the number of indexed pages (various search engines), the number of references to the names of the company (brands), information dissemination speed, functionality, and the like) and the individual factors of the SMM efficiency (number of members of communities, members responding to the content, audience cover, transitions to the corporate website, audience inflow/outflow) by means of which it was found out that the development of search content of social networks is more effective than the use of targeted advertising.

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. Якубовський Валерій Володимирович

2. Yakubovskyi Valerii Volodymyrovych

Кваліфікація: д.т.н., 01.02.04

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. Левківський Василь Миколайович
2. Левківський Василь Миколайович

Кваліфікація: д.е.н., 08.00.02

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. Чужиков Андрій Вікторович
2. Чужиков Андрій Вікторович

Кваліфікація: к.е.н., 08.00.02

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 Філіпенко Антон Сергійович

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Філіпенко Антон Сергійович

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

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