

Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0825U003893

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 08-10-2025

Статус: Наказ про видачу диплома

Реквізити наказу МОН / наказу закладу: Наказ директора Інституту № 57-ОСН від 27.11.2025



II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Лоленко Катерина Михайлівна

2. Kateryna Lolenko

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-7140-4588

Вид дисертації: доктор філософії

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 053

Назва наукової спеціальності: Психологія

Галузь / галузі знань: соціальні та поведінкові науки

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: 27657 Психологія розвитку особистості у сучасному соціокультурному та освітньому просторі

Дата захисту: 06-11-2025

Спеціальність за освітою: Психологія

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 11049

Повне найменування юридичної особи: Інститут психології імені Г. С. Костюка Національної академії педагогічних наук України

Код за ЄДРПОУ: 02141213

Місцезнаходження: вул. Паньківська, Київ, 01033, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Національна академія педагогічних наук України

Ідентифікатор ROR:

IV. Відомості про підприємство, установу, організацію, в якій було виконано дисертацію

Повне найменування юридичної особи: Інститут психології імені Г. С. Костюка Національної академії педагогічних наук України

Код за ЄДРПОУ: 02141213

Місцезнаходження: вул. Паньківська, Київ, 01033, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Національна академія педагогічних наук України

Ідентифікатор ROR:

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації: Українська

Коди тематичних рубрик: 15.41.25, 15.41.39

Тема дисертації:

1. Організаційно-психологічні чинники комунікативного бренду психолога
2. Organizational and psychological factors in psychologist communicative brand

Реферат:

1. У дисертації теоретично обґрунтовано й експериментально вивчено організаційно-психологічні чинники комунікативного бренду психолога. Дослідження цієї проблематики сприятиме поглибленню розуміння комунікативного бренду психологів, ролі організаційно-психологічних чинників та психологічних умов його формування. Визначено зміст комунікативного бренду психолога, як складової професійного бренду, який є результатом суб'єкт-суб'єктної взаємодії психолога з клієнтом, і являє собою образ психолога, що володіє певними комунікативними характеристиками та бренд-комунікаціями, необхідними для просування психологічних послуг та задоволення потреб клієнта. Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що в дослідженні вперше: розкрито зміст, структуру комунікативного бренду психолога; визначено діагностичний інструментарій для дослідження компонентів комунікативного бренду психологів (комунікативних характеристик та бренд-комунікацій); емпірично досліджено особливості комунікативних

характеристик та бренд-комунікацій психологів; проаналізовано зв'язок комунікативних характеристик та бренд-комунікацій психологів з організаційно-психологічними чинниками (професійними; освітніми; пов'язаними з міжнародним контекстом діяльності; пов'язаними з соціально-економічним контекстом діяльності; соціально-демографічними); розроблено та апробовано тренінгову програму для підготовки психологів до розвитку комунікативного бренду; доповнено: уявлення про структуру комунікативного бренду фахівців допомагаючих професій та зміст тренінгових програм для підготовки психологів до виконання професійної діяльності; поглиблено: наукові знання про особливості діяльності психологів в умовах соціальної напруженості; психологічні чинники та умови забезпечення її ефективності. Теоретичне значення полягає у розробці теоретичної моделі організаційно-психологічних чинників комунікативного бренду психолога; здійсненні класифікації організаційно-психологічних чинників; визначенні психологічних умов розвитку комунікативного бренду психологів. Практичне значення одержаних результатів.

Розроблений в роботі комплекс діагностичних методик і тренінгова програма можуть бути використані в системі підготовки та підвищення кваліфікації психологів, психотерапевтів та коучів (у процесі викладання дисциплін, пов'язаних з психологією комунікації, професійним самопозиціонуванням, розвитком професійного та комунікативного бренду). Крім того, результати дослідження можуть бути використані у процесі організації та здійснення практичної роботи психологів-консультантів та організаційних психологів.

2. The thesis theoretically substantiates and experimentally explores the organizational and psychological factors in psychologist communicative brand. Research into this issue will contribute to a deeper understanding of the psychologist communicative brand, its organizational and psychological factors, as well as the psychological conditions of its formation. The content of the psychologist communicative brand was defined as a component of the professional brand, which is the result of the actor-actor interaction between the psychologist and the client, and which represents the image of the psychologist who possesses certain communicative characteristics and brand communications necessary for the promotion of psychological services and meeting the needs of the client. It was emphasized that this study explored the psychologist communicative brand. The scientific novelty of the results obtained lies in the fact that the study was the first: to reveal the content, structure of the psychologist communicative brand; to define diagnostic methods and tools for studying the psychologist communicative brand components (communicative characteristics and brand communications); to empirically investigate the features of psychologists' communicative characteristics and brand communications; to analyze the relationship between psychologists' communicative characteristics and brand communications and organizational and psychological factors (professional; educational; those related to the international context of activity; those related to the socio-economic context of activity; socio-demographic); to propose a training program to train psychologists in developing their communicative brand. Besides, the study supplemented the idea of the structure of the communicative brand of specialists in helping professions and the content of psychologists' work training programs as well as deepened scientific knowledge about the peculiarities of psychologists' work in conditions of social tension and psychological factors in and conditions for promoting psychologists' work efficiency. The theoretical significance of the study is due to the development of a theoretical model of organizational and psychological factors in the psychologist communicative brand, the classification of organizational and psychological factors, and the determination of the psychological conditions for the psychologist communicative brand development. The practical significance of the results obtained. The set of diagnostic methods and instruments and the proposed training program can be used in the system of psychologists, psychotherapists and coaches' training and advanced training (in teaching disciplines related to the psychology of communication, professional self-positioning, development of a professional and communicative brand). In addition, the results of the study can be helpful in the organization and practical work of counselors and organizational psychologists.

Державний реєстраційний номер ДіР:

Пріоритетний напрям розвитку науки і техніки: Науки про життя, нові технології профілактики та лікування найпоширеніших захворювань

Стратегічний пріоритетний напрям інноваційної діяльності: Не застосовується

Підсумки дослідження: Теоретичне узагальнення і вирішення важливої наукової проблеми

Публікації:

- Лоленко, К. Методики для дослідження психологічних чинників споживчої поведінки молоді. Організаційна психологія. Економічна психологія. 2019. 2-3(17), 90-97. <https://doi.org/10.31108/2.2019.3.17.10>
- Лоленко, К. (2022). Компоненти професійного бренду психолога в мирний час та в умовах війни. Організаційна психологія. Економічна психологія. 2022. 3(27), 55-63. <https://doi.org/10.31108/2.2022.3.27.5>
- Лоленко, К. (2022). Професійний бренд психолога: сутність, етапи та умови розвитку. Організаційна психологія. Економічна психологія. 2(26), 91-98. <https://doi.org/10.31108/2.2022.2.26.10>
- Лоленко, К. (2025). Тренінг формування комунікативного бренду психолога. Організаційна психологія. Економічна психологія. 34(1), 74-85. <https://doi.org/10.31108/2.2025.1.34.7>
- Карамушка Л., & Лоленко К. (2025). Емпіричне дослідження комунікативного бренду психологів, Організаційна психологія. Економічна психологія, 1(35), 82-95. <https://doi.org/10.31108/2.2025.2.35.7>
- Kredentser O., Lolenko K., Karamushka L. The types of students' consumer behavior: Effects of organizations' and students' characteristics. International journal of psychology. Vol. 58, Issue S1. 2023. pp. 595-652. # 3914. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/ijop.12984>

Наукова (науково-технічна) продукція:

Соціально-економічна спрямованість:

Охоронні документи на ОПВ:

Впровадження результатів дисертації: Впроваджено

Зв'язок з науковими темами: 0119U002169 0122U000303 0125U000297

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Карамушка Людмила Миколаївна
2. Liudmyla M. Karamushka

Кваліфікація: д.пед.н., професор, 19.00.05

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0003-0622-3419

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Інститут психології імені Г. С. Костюка Національної академії педагогічних наук України

Код за ЄДРПОУ: 02141213

Місцезнаходження: вул. Паньківська, Київ, 01033, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Національна академія педагогічних наук України

Ідентифікатор ROR:

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Галян Ігор Михайлович
2. Ihor M. Halian

Кваліфікація: д. психол. н., професор, 19.00.01

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-7257-6477

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Національний університет "Львівська політехніка"

Код за ЄДРПОУ: 02071010

Місцезнаходження: вул. Степана Бандери, Львів, 79013, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Шевченко Наталія Федорівна
2. Nataliia F. Shevchenko

Кваліфікація: д.психол.н., професор, 19.00.07

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-5297-6588

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Запорізький національний університет

Код за ЄДРПОУ: 02125243

Місцезнаходження: вул. Університетська, Запоріжжя, Запорізький р-н., 69011, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Кононенко Оксана Іванівна
2. Oksana I. Kononenko

Кваліфікація: д. психол. н., професор, 19.00.05

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-8676-7410

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

