Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0515U000587

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 09-07-2015

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Дубовик Тетяна Віталіївна
2. Dubovyk Tetiana Vitaliivna

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: доктор наук

Аспірантура/Докторантура: ні

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: 01-07-2015

Спеціальність за освітою: 8.030507

Місце роботи здобувача: Київський національний торговельно-економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 01566117

Місцезнаходження: 02156, м. Київ, вул. Кіото, 19

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): Д 26.055.01

Повне найменування юридичної особи: Київський національний торговельно-економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 01566117

Місцезнаходження: вул. Кіото, 19, м. Київ, Київська обл., 02156, 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 торговельно-економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 01566117

Місцезнаходження: 02156, м. Київ, вул. Кіото, 19

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 71.01.14

Тема дисертації:

1. Управління інтегрованими інтернет-маркетинговими комунікаціями підприємств торгівлі

2. Management of integrated online marketing communications trade enterprises

Реферат/анотація:

1. Введено в науковий обіг поняття "інтегровані інтернет-маркетингові комунікації". Запропоновано концепцію управління інтернет-маркетинговими комунікаціями. Удосконалено класифікацію інтернет-маркетингових комунікацій. Розроблено теоретико-методологічні засади дослідження ІнМК та виявлено цілі інтеграційного процесу інтернет-маркетингових комунікацій підприємств. Уточнено сутність таких понять, як "е-довіра" споживачів до суб'єктів торговельної діяльності, "потенціал інтегрованих інтернет-маркетингових комунікацій підприємства торгівлі". На основі аналізу генези ринку інтернет-торгівлі в Україні обґрунтовано чинники, що впливають на її розвиток. Удосконалено методологічні підходи до сегментації користувачів Інтернету на основі активності участі в соціальних мережах, усвідомлення споживачем цінності персональних даних, що забезпечує формування ІІнМК з урахуванням прогнозованого впливу інтернет-маркетингових комунікацій на цільові сегменти споживачів. Розроблено процедуру

оптимізації взаємодії інтернет-покупців, підприємств торгівлі та незалежних партнерів, які надають достовірну інформацію про діяльність інтернет-магазинів, використання ІнМК на різних етапах життєвого циклу формування е-довіри споживачів. Обґрунтовано методологічні положення соціально-етичної взаємодії ІнМК з цільовою аудиторією, що відображають принципи організації спільних дій підприємств та споживачів для забезпечення приватності особистого життя покупців і створення інтернет-магазинами унікальної пропозиції для цільової аудиторії. Розроблено методологічні засади формування е лояльності споживачів підприємств торгівлі. Модифікована система оцінювання рівнів е-задоволення, е-довіри, е-лояльності споживачів на основі якісного аналізу їх уподобань з урахуванням суттєвих характеристик прихильних до підприємства споживачів

2. Introduced in the scientific revolution definition "integrated online marketing communications" and a new concept management of online marketing communications. Classification of online marketing communication on the grounds. Theoretical and methodological aspects of research and found online marketing communication objectives of the integration process online marketing communications companies. The essence of concepts such as "e-trust consumer in online store", "potential integrated online marketing communications trade enterprise". Based on the analysis of the genesis of the online trade in Ukraine, grounded factors that influence the development of trade, development trends identified in the internal environment. Improved methodological approaches to segmentation of Internet users on the basis of active participation in social networks, consumer awareness of the value of personal data to form integrated online marketing communications given the anticipated impact of online marketing communications to targeted segments of consumers. The procedure of interaction online shoppers, trade enterprise and independent partners who provide convincing evidence of the authenticity of online stores use online marketing communications at different stages of the process of formation of e-trust. The model of interaction ethic interactivity online marketing communications, reflecting the principles of joint actions of businesses and consumers to ensure the privacy of personal life of customers and create an online store for unique offers narrow target audience. Developed model of e-loyalty. The modified system of evaluation of e-satisfaction levels, e-trust, e-loyalty is based on qualitative analysis of their preferences based on methodological aspects of research essential attributes committed to enterprise customers

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. Мазаракі Анатолій Антонович

2. Mazaraki Anatoliy Antonovych

Кваліфікація: д.е.н., 08.02.01

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. Апопій Віктор Володимирович
2. Апопій Віктор Володимирович

Кваліфікація: д.е.н., 08.00.03

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. Литовченко Ірина Львівна
2. Литовченко Ірина Львівна

Кваліфікація: д.е.н., 08.00.04

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. Федорченко Андрій Васильович
2. Федорченко Андрій Васильович

Кваліфікація: д.е.н., 08.00.04

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 — Бланк Ігор Олександрович

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні — Бланк Ігор Олександрович

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

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