

Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0412U004003

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 10-07-2012

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:



II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Можевенко Тетяна Юріївна

2. Mozhevenko Tatyana Yuryevna

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: 26-06-2012

Спеціальність за освітою: 8.050104

Місце роботи здобувача: Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського "Харківський авіаційний інститут"

Код за ЄДРПОУ: 02066769

Місцезнаходження: Україна, 61070, м. Харків, вул. Чкалова, 17

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 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: Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського "Харківський авіаційний інститут"

Код за ЄДРПОУ: 02066769

Місцезнаходження: Україна, 61070, м. Харків, вул. Чкалова, 17

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. Планування рекламних комунікацій промислових підприємств
2. Planning of advertisement communication of industrial manufactures

Реферат:

1. Об'єкт дослідження: процес планування маркетингових комунікацій промислових підприємств з потенційними споживачами; мета роботи: подальший розвиток теоретичних положень і розробка методичного забезпечення планування рекламних комунікацій промислових підприємств; методика дослідження та апаратура: методи аналізу та синтезу, системного аналізу; індукції та дедукції; порівняння й узагальнення; метод формалізації; метод Монте-Карло; регресійний аналіз; лінійне програмування; графічний; теоретичні та практичні результати: методичні положення щодо оптимізації розподілу коштів рекламного бюджету при плануванні рекламних комунікацій підприємства, що представлено у вигляді задачі лінійного програмування та базується на теоретичному аналізі сутності процесу ухвалення рішень при плануванні рекламної кампанії, відмінність яких від існуючих полягає в урахуванні показника максимізації сумарної ймовірності нових контактів з цільовою аудиторією та включенні в модель найбільш

результативних медіакомбінацій; методичний підхід до визначення критерію оптимального розподілу коштів рекламного бюджету, відмінністю якого від існуючих є визначення сумарної ймовірності нових контактів з цільовою аудиторією в розрахунку на одну грошову одиницю рекламного бюджету, що передбачає наявність певної процедури визначення кількісних значень ймовірностей рекламного контакту цільової аудиторії з різними елементами засобу масової інформації; процедуру аналізу залежності рівня охоплення цільової аудиторії від зростання кількості повторень рекламного анонсу, особливістю якої є побудова ймовірнісної моделі з використанням методу Монте-Карло, яка враховує ймовірнісний характер процесу досягнення контакту рекламного анонсу із представниками цільової аудиторії; методичний підхід до визначення ймовірності контакту цільової аудиторії з різними медіакомбінаціями при плануванні рекламних комунікацій, відмінність якого від існуючих полягає у послідовному розрахунку ймовірностей контакту з рекламним носієм кожного з елементів засобу масової інформації з урахуванням специфіки різних видів засобів масової інформації; теоретичні положення медіапланування, а саме уточнено зміст поняття «медіакомбінація», відмінність якого від існуючих полягає у виділенні таких складових, як засіб поширення інформації, місце можливого розміщення рекламних анонсів і кількість експозицій рекламних анонсів; предмет і ступінь впровадження: розробки впроваджені в практичну діяльність ТОВ «ФЗ-студія», «Силует»; сфера використання: рекламна діяльність промислових підприємств, навчальний процес.

2. Object of research: the planning of marketing communications industry with potential customers; Objective: Further development of theoretical positions and to develop methods of planning advertising communications industry; methods of research and techniques: analysis and synthesis; system analysis; induction and deduction; comparison and summarize the method of formalization; Monte Carlo method; regression analysis; linear programming; graphical; theoretical and practical results: methodological provisions for optimizing the allocation of funds advertising budget when planning advertising communications company, which is represented as a linear programming problem and is based on theoretical analysis nature of decision-making process in planning the campaign, the difference of which is the current view of parameters to maximize the total probability of new contacts with the target audience and turned in the most effective model mediakombinatsiy; methodical approach to determining the optimal allocation of funds advertising budget, a difference from the existing definition is total probability of new contacts with the target audience in the calculation of one currency advertising budget that provides for a procedure for determining the quantitative values of probability of the target audience advertising contact with various elements of media; process analysis depends coverage target of increasing number of repetitions of the advertising announcement, feature which is the construction of probabilistic models, using Monte Carlo, which takes into account the probabilistic nature of the process of achieving contact advertising announcement with representatives of the target audience; methodical approach to determine the probability of contact with different target audience mediakombinatsiyamy when planning promotional communications, a difference of current is consistent calculating the probability of contact with media advertising each of the elements of media specific to different types of media; media planning theoretical principles, namely, work the "mediakombinatsiya" difference which of the existing is to allocate these components as a means of disseminating information, place possible for advertisements announcements and promotional announcements of exhibitions; subject and level of implementation: design implemented in practice Ltd "FL Studio", Ltd "Silhouette"; The sphere of application: promotional activities of industrial enterprises, educational process.

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 ОПВ:

Впровадження результатів дисертації:

Зв'язок з науковими темами:

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Чумаченко Ігор Володимирович
2. Chumachenko Igor Volodimirovich

Кваліфікація: д.т.н., 05.13.06

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. Максимова Тетяна Семенівна
2. Максимова Тетяна Семенівна

Кваліфікація: д.е.н., 08.10.01

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. Полякова Яна Олександрівна

2. Полякова Яна Олександрівна

Кваліфікація: к.е.н., 08.09.01

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.