Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0511U000944

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 15-12-2011

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Божкова Вікторія Вікторівна
2. Bozhkova Viktoriya Viktorivna

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: 22-11-2011

Спеціальність за освітою: 7.03050401

Місце роботи здобувача: Сумський державний університет

Код за ЄДРПОУ: 05408289

Місцезнаходження: 40007, м. Суми, вул. Римського-Корсакова 2

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 55.051.01

Повне найменування юридичної особи: Сумський державний університет

Код за ЄДРПОУ: 05408289

Місцезнаходження: вул. Римського-Корсакова 2, м. Суми, Сумський р-н., Сумська обл., 40007, 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 державний університет

Код за ЄДРПОУ: 05408289

Місцезнаходження: 40007, м. Суми, вул. Римського-Корсакова 2

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. Стратегічне планування маркетингових комунікацій інноваційної продукції промислових підприємств

2. Strategic marketing communications planning of innovative products of industrial enterprises

Реферат/анотація:

1. Об'єкт дослідження: процеси стратегічного планування маркетингових комунікацій інноваційної продукції на промислових підприємствах. Мета дослідження: розроблення та наукове обґрунтування теоретико-методологічних засад і методичних підходів до стратегічного планування маркетингових комунікацій інноваційної продукції промислових підприємств у контексті інноваційного розвитку. Методи дослідження та апаратура: порівняльний, статистичний, абстрактно-логічний, системно-структурний, економіко-математичний аналізи; моделювання. Теоретичні та практичні результати: теоретичні, методологічні, методичні розробки та практичні пропозиції, які сприяють підвищенню ефективності інноваційної діяльності промислових підприємств на основі оптимізації стратегічного планування маркетингових комунікацій. Новизна: розроблено теоретико-методологічні засади стратегічного планування маркетингових комунікацій інноваційної продукції промислових підприємств, в основу яких покладено сукупність загальних положень сучасної ринкової теорії та специфічного інструментарію комунікаційної й інноваційної діяльності, що ґрунтуються на визначенні на стратегічному рівні комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій на

основі прогнозованої величини синергічного ефекту від їх застосування з урахуванням сучасних тенденцій перерозподілу комунікаційних ATL-, BTL- і TTL-заходів і факторів впливу на них; розроблено та науково обґрунтовано концептуальні підходи до стратегічного планування маркетингових комунікацій інноваційної продукції промислових підприємств, які базуються на комплексному використанні інструментів стратегічного аналізу й розширеному за етапами плануванні та визначенні взаємоузгоджених стратегічних рішень щодо розроблення, виробництва й просування інноваційної продукції на ринку на основі рівнозначності маркетингової стратегії з іншими діловими стратегіями підприємства та врахуванні особливостей маркетингової комунікаційної субстратегії, яка є єдиною серед інших сполучною ланкою з контактними аудиторіями, з якими узгоджує інтереси підприємства, інтегрує задум його ділових стратегій та оперативність його функціональних стратегій, може швидко реагувати на "сигнали" зовнішнього середовища; запропоновано і обґрунтовано методичний підхід до побудови економіко-математичної моделі оптимізації вибору складових і структури інструментів інтегрованих маркетингових комунікацій для просування на ринку інноваційної промислової продукції з урахуванням обмежень зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства; запропоновано методичний підхід до деталізації маркетингових стратегій у частині їх інноваційних і комунікаційних субстратегій. Ступінь упровадження: основні теоретичні, методологічні, методичні положення та науково-практичні результати стратегічного планування маркетингових комунікацій інноваційної продукції промислових підприємств впроваджено. Сфера (галузь) використання: економіка та управління підприємствами.

2. Object of research: strategic planning of marketing communications of innovative products in the industry. Aim: theoretical and methodological principles of strategic marketing communications innovation of domestic industry. Methods and apparatus: a comparative, statistical, abstract and logical, systemic-structural, economic-mathematical analysis, simulation. Theoretical and practical results: theoretical, methodological, methodical and practical proposals, that enhance the efficiency of innovation activities of industrial enterprises by optimizing the strategic planning of marketing communications. Novelty: developed theoretical and methodological principles of strategic marketing communications industry of innovative products, which are based on a totality of general provisions of a modern market theory and specific tools of communication and innovation activity, based in turn on determining on the strategic level of complex integrated marketing communications based on the projected value of synergistic effect of their application, taking into account current trends redistribution communication ATL-, BTL-and TTL-events and impacts on them; developed and scientifically sound conceptual approaches to strategic planning of marketing communications of innovative products industry, that based on integrated use of strategic analysis tools, augmented planning and determination of strategic decisions for development, production and promotion of innovative products on the market on the basis of equivalence of marketing strategy with other's business strategies and taking into account the peculiarities of marketing communications substrategy, which is the only connecting link with the audience, which coordinates the interests of the company, integrates its business strategies and efficiency of its functional strategies, can quickly respond to "signals" of the environment; proposed and reasonably methodical approach to building economic-mathematical optimization model of selection the components and structure of integrated marketing communications tools to promote innovation in the market of industrial products subject to the limitations of external and internal environment of the enterprise; proposed methodological approach to specification marketing strategies in terms of their innovation and communication substrategies. Degree of implementation: the main theoretical, methodological, methodical provision and research and practical results of the strategic planning of marketing communications industry of innovative products have been introduced. Scope (area) of use: economics and enterprise management.

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. Ілляшенко Сергій Миколайович
2. Ilyashenko Sergey Nikolayevich

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

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Окландер Михайло Анатолійович
2. Окландер Михайло Анатолійович

Кваліфікація: д.е.н., 08.06.01

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. Перерва Петро Григорович
2. Перерва Петро Григорович

Кваліфікація: д.е.н., 08.00.05

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. Примак Тетяна Олександрівна
2. Примак Тетяна Олександрівна

Кваліфікація: д.е.н., 08.06.01

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 Ілляшенко Сергій Миколайович

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Ілляшенко Сергій Миколайович

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності



Юрченко Т.А.