Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0421U101758

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 19-05-2021

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Семененко Катерина Юріївна

2. Semenenko Kateryna Yriyivna

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: 23-04-2021

Спеціальність за освітою: «Маркетинг», магістр з маркетингу

Місце роботи здобувача: Національний університет харчових технологій

Код за ЄДРПОУ: 02070938

Місцезнаходження: вул. Володимирська, буд. 68, м. Київ, 01601, Україна

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 26.058.01

Повне найменування юридичної особи: Національний університет харчових технологій

Код за ЄДРПОУ: 02070938

Місцезнаходження: вул. Володимирська, буд. 68, м. Київ, 01601, 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 університет харчових технологій

Код за ЄДРПОУ: 02070938

Місцезнаходження: вул. Володимирська, буд. 68, м. Київ, 01601, Україна

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. Використання інструментів онлайн-просування товарів підприємств пивоварної галузі

2. The Use of On-line-advancement Instruments of Commodities of the Enterprises of Brewing Industry

Реферат/анотація:

1. Об'єктом дослідження є інструменти онлайн-просування товарів підприємств пивоварної галузі. Предметом дослідження є теоретико-методичні та практичні аспекти використання інструментів онлайн-просування товарів з метою підвищення ефективності діяльності підприємств пивоварної галузі. У дисертації використано такі загальнонаукові та спеціальні методи проведення економічних досліджень: абстрактно-логічний (теоретичні узагальнення і формування висновків); індуктивний та дедуктивний (збирання, систематизації та оброблення інформації, уточнення окремих понять); статистико-економічний (аналіз сучасного стану та виділення чинників впливу на онлайн-просування товарів підприємств пивоварної галузі); графічний (наочне представлення статистичних даних та результатів емпіричних досліджень); монографічний (розроблення методики оцінювання ефективності просування товарів підприємств); розрахунково-конструктивний та експериментальний (аналіз існуючих інструментів просування товарів підприємств) та інші. Удосконалено: – методичний підхід щодо процесу оцінювання результативності просування товарів підприємств шляхом встановлення поетапності реалізації необхідних заходів та

здійснення контролю на кожному з них, що дозволяє приймати ефективні управлінські рішення; – науково-практичний підхід до оцінювання ефективності інструментів онлайн-просування товарів з метою визначення пріоритетних промо-засобів у розрізі комунікаційних точок дотику, що, на відміну від існуючих підходів, дозволяє врахувати особливості іміджево-цінових сегментів ринку; – підхід, пов'язаний з вибором комунікаційних засобів у реалізації маркетингових стратегій підприємства з урахуванням медіаінфляції, законодавчих обмежень та інших чинників, що дозволяє визначити найбільш дієві інструменти онлайн-просування пивоварної продукції залежно від сили бренда, виразності комунікації та ступеня диференціації товару; Дістали подальшого розвитку: – змістовна та структурно-логічна сутність понять на основі чіткої прив'язки до середовища використання: «інструменти онлайн-просування товарів підприємства» як інформаційно-комунікаційні технології впливу підприємства на цільову аудиторію через онлайн-комунікаційні точки дотику (контакту); «інтернет-маркетинг» як організація маркетингових активностей, спрямованих на привернення та утримання уваги споживачів в інтернет-середовищі задля ознайомлення з інформацією про товари, бренди, підприємство через інструменти інтернет-просування та формування стабільного попиту; «онлайн-маркетинг», як організацію просування товарів шляхом реалізації комунікаційних зусиль підприємства з метою задоволення запитів особливих цільових аудиторій шляхом активації інструментів інтернет-маркетингу, ігрового маркетингу, мобільних технологій локального впливу, технологій доданої реальності тощо; – систематизація інструментів просування в онлайн-середовищі за наявністю та доступністю комунікаційних точок дотику, що дозволяє ставити обґрунтовані цілі медійних і бренд-показників та ефективно здійснювати поточний контроль кампаній; Сфера використання: пивоварна галузь.

2. The object of research is the tools of online promotion of goods of brewing companies. The subject of the research is theoretical-methodical and practical aspects of using tools for online promotion of goods in order to increase the efficiency of the brewing industry. The dissertation uses the following general and special methods of economic research: abstract-logical (theoretical generalizations and conclusions); inductive and deductive (collection, systematization and processing of information, clarification of certain concepts); statistical and economic (analysis of the current state and selection of factors influencing the online promotion of goods of the brewing industry); graphic (visual presentation of statistical data and results of empirical research); monographic (development of methods for evaluating the effectiveness of promotion of goods of enterprises); calculation-constructive and experimental (analysis of existing tools for the promotion of goods of enterprises) and others. Improved: - methodical approach to the process of evaluating the effectiveness of the promotion of goods of enterprises by establishing the phased implementation of the necessary measures and control over each of them, which allows you to make effective management decisions; - scientific and practical approach to evaluating the effectiveness of tools for online promotion of goods in order to identify priority promotional tools in terms of communication points of contact, which, in contrast to existing approaches, allows to take into account the features of image and price segments of the market; - an approach related to the choice of communication tools in the implementation of marketing strategies of the enterprise taking into account media inflation, legal restrictions and other factors, which allows to determine the most effective tools for online promotion of brewing products depending on brand strength, communication and degree of product differentiation; Received further development: - substantive and structural-logical essence of concepts based on a clear link to the environment of use: "tools for online promotion of enterprise products" as information and communication technologies of the enterprise's impact on the target audience through online communication points of contact (contact); "Internet marketing" as the organization of marketing activities aimed at attracting and retaining the attention of consumers in the Internet environment to familiarize themselves with information about products, brands, the company through the tools of Internet promotion and the formation of stable demand; "Online marketing", as the organization of product promotion through the implementation of communication efforts of the enterprise in order to meet the demands of special target audiences by activating tools of Internet marketing, game marketing, mobile technologies of local influence, augmented reality technologies, etc.; - systematization of tools for promotion in the online environment by the availability and accessibility of communication points of contact,

which allows you to set reasonable goals for media and brand indicators and effectively carry out current control of campaigns; Scope: Brewing Industry.

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. Скригун Наталія Петрівна
2. Skryhun Nataliia P

Кваліфікація: к.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. Шафалюк Олександр Казимірович
2. Shafalyuk Alexander Kazimirovich

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. Гамова Ірина В'ячеславівна
2. Gamova Iryna Vyacheslavovna

Кваліфікація: к. 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

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Скопенко Наталія Степанівна
2. Skopenko Natalia Stepanovna

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. Тарасюк Галина Миколіївна

2. Tarasyk Galina M.

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. Бутнік-Сіверський Олександр Борисович

2. Butnik-Siversky Alexander Borysovych

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

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові голови ради Пєтухова Ольга Михайлівна

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Пєтухова Ольга Михайлівна

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності



Юрченко Т.А.