Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0413U005157

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 16-07-2013

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Березовський Кирило Михайлович

2. Berezovsky Kiril Mikhailovych

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: 20-06-2013

Спеціальність за освітою: 6.030508

Місце роботи здобувача: ТОВ "Співдружність Буд"

Код за ЄДРПОУ: 34535784

Місцезнаходження: 69068, м. Запоріжжя, вул. Офіцерська, 32

Форма власності:

Сфера управління:

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: Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Код за ЄДРПОУ: 02071211

Місцезнаходження: 61166, м. Харків, проспект Науки, 9 а

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. Маркетингове управління діяльністю промислового підприємства в умовах глобалізації
2. Marketing management of industrial enterprises in the context of globalization

Реферат/анотація:

1. Об'єкт дослідження: управління діяльністю промислового підприємства, яке функціонує в умовах глобалізації ринкового середовища; мета роботи: розвиток науково-методичного забезпечення синтезу системи маркетингового управління промисловим підприємством і формування рекомендацій щодо впровадження її в практику господарювання субєктів глобального ринкового середовища; методика дослідження та апаратура: методи аналізу і синтезу, індукції та дедукції, монографічний, експертне оцінювання та таксономічний аналіз, імітаційне моделювання та системна динаміка, мереж Петрі, когнітивне моделювання та побудови семантичних мереж, кластерний аналіз, уніфікована мова моделювання (UML), аналітична обробка даних (OLAP); теоретичні та практичні результати: концептуальні положення синтезу системи маркетингового управління промисловим підприємством, які орієнтовані як на підпорядкування маркетинговій парадигмі й розподіл у рамках архітектурно-сервісного представлення

устояних моделей діяльності підприємства, так і на узгоджене застосування динамічної, структурної та функціональної моделей маркетингового управління й використання континуумів синтезу відповідної системи управління; технологію оцінювання маркетингового потенціалу та рівня стратегічної відповідності підприємства, відмінність якої полягає в розробці деталізованих схем розкриття маркетингового потенціалу через рівень його стратегічної відповідності та врахуванні причинно-наслідкових зв'язків між напрямами прояву стратегічної відповідності (внутрішньої, зовнішньої, синергетичної та компенсаторної); визначення послідовності етапів і профілю розробки й реалізації маркетингової конкурентної стратегії підприємства, відмінність яких міститься в рекурсивному орієнтуванні на одночасну та взаємоузгоджену реалізацію процесів стратегічного планування та синтезу системи маркетингового управління, передбаченні оцінювання рівня завершеності таких процесів; методичний підхід до розкриття змістовної та організаційної складової маркетингового управління підприємством, відмінність якого міститься в сутнісному наповненні та структуруванні поняття "форма маркетингового управління", типологізації таких форм для промислових підприємств, визначенні напрямів й можливості зміни форми маркетингового управління; методичний підхід до організації інформаційного забезпечення маркетингового управління, відмінність якого полягає в диференціації такого забезпечення для етапів використання та синтезу системи маркетингового управління; предмет і ступінь впровадження: розробки впроваджені в практичну діяльність ПАТ "Мотор Січ", ДП "Харківський машинобудівний завод "ФЕД", ДП "Запорізьке машинобудівне конструкторське бюро "Івченко-Прогрес"; сфера використання: маркетингове управління діяльністю промислового підприємства.

2. Object of study: management of an industrial enterprise, which operates in a globalized market environment, the purpose of the work: the development of scientific methods of synthesis of industrial enterprise marketing management and development of recommendations to implement it in practice management subjects global market environment, research methods and apparatus : Methods of analysis and synthesis, induction and deduction, monographic, expert assessment and taxonomic analysis, simulation and system dynamics, Petri nets, cognitive modeling and building semantic networks, cluster analysis, Unified Modeling Language (UML), analytical processing (OLAP) , theoretical and practical results: conceptual synthesis of industrial enterprise marketing management, which focused both on the marketing paradigm submission and distribution within the architectural and service represent-established models of business, and the consistent application of dynamic, structural and functional models of marketing management and use continuum corresponding control system synthesis, technology assessment and marketing potential strategic level under the enterprise, the difference of which is to develop a detailed schemes of marketing potential through strategic level of compliance and taking into account causal relationships between strategic directions manifestation of compliance (internal, external, synergetic and compensatory) determining the sequence of stages and profile development and implementation of competitive marketing strategy of the company, the difference of which is contained in a simultaneous recursive orientation and mutually implementation of strategic planning processes and synthesis of marketing management, predicting evaluation of completeness of such processes, methodical approach to the disclosure of the content and organizational component of marketing management, the difference of which is found in essentially filling and structuring concept "form of marketing management" typology of forms for industry, identifying trends and possible reshaping of marketing management, methodical approach to information of marketing management, the difference of which is differentiation stages of the software application and synthesis of marketing management, subject matter and degree of implementation: development implemented in practice JSC "Motor Sich" GP "Kharkov machine-building factory" FED "GP" Zaporozhye Machine-Building Design Bureau "Ivchenko-Progress", the scope of use: marketing management of industrial enterprise.

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. Пилипенко Андрій Анатолійович
2. Pylypenko Andriy Anatoliyovych

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. Кендюхов Олександр Володимирович
2. Кендюхов Олександр Володимирович

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. Окландер Тетяна Олегівна

2. Окландер Тетяна Олегівна

Кваліфікація: к.е.н., 08.07.01

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.