

Облікова картка НДДКР

Державний обліковий номер: 0215U002194

Державний реєстраційний номер: 0112U008147

Відкрита

Дата реєстрації: 19-02-2015



1. Етапи виконання

Номер етапу: 2

Назва етапу: Комплексний механізм просування продукції на ринку

Початок етапу: 01-2014

Закінчення етапу: 12-2014

Вид звітнього документа: Остаточний звіт

2. Виконавець

Назва організації: Сумський державний університет

Код ЄДРПОУ/ІПН: 05408289

Підпорядкованість: Міністерство освіти і науки України

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

Телефон: (0542)33-41-08, (0542) 33-40-49

E-mail: info@nis.sumdu.edu.ua, www.sumdu.edu.ua

3. Власник результатів НДДКР (продукції)

Назва організації: Сумський державний університет

Код ЄДРПОУ/ІПН: 05408289

Адреса: вул. Римського-Корсакова 2, м. Суми, Сумський р-н., Сумська обл., 40007, Україна

Підпорядкованість: Міністерство освіти і науки України

Телефон: 380542334058

E-mail: kanc@sumdu.edu.ua

WWW: https://www.sumdu.edu.ua/

4. Джерела та напрями фінансування

Підстава для проведення робіт: 43 - власна ініціатива (якщо робота виконується з власної ініціативи за кошти виконавця НДР або безкоштовно)

КПКВК:

Напрямок фінансування: 2.1 - фундаментальні дослідження

Джерела фінансування

Джерело фінансування: 7706 - безплатно (договір про науково-технічне співробітництво, тощо)

Фактичний обсяг фінансування за звітний етап: 0 тис. грн.

5. Науково-технічна робота

Назва роботи (укр)

Формування механізму просування продукції на ринку

Назва роботи (англ)

Formation mechanism of promotion products on the market

Реферат (укр)

Об'єкт дослідження - процеси просування продукції, засновані на концепції інтегрованих маркетингових комунікацій та використанні інноваційних підходів в умовах ринкової економіки. Мета роботи - розроблення та наукове обґрунтування теоретико-методологічних засад просування продукції в умовах ринкової економіки. Методи дослідження - діалектичний метод наукового пізнання, метод логічного узагальнення, методи нечіткої логіки, метод експертних оцінок, метод фокус-груп, структурно-логічного моделювання, порівняльний та статистичний аналіз, системно-структурний аналіз, факторний аналіз, системний підхід, фундаментальні положення сучасної економічної теорії, маркетингу, сучасної концепції управління підприємствами та інноватики. Досліджено особливості діяльності промислових підприємств у ринкових умовах. Удосконалено теоретико-методологічні основи процесу просування продукції на ринку на засадах інтегрованих маркетингових комунікацій та інноваційного розвитку. Істотно поглиблено і розвинено практичні аспекти впровадження механізму просування продукції на ринку в частині використання інноваційних підходів щодо дослідження та впровадження комунікаційної діяльності підприємств. Досліджено особливості використання Інтернет-маркетингу на підприємствах, у т.ч. для просування науково-освітніх послуг. Теоретичні положення звіту доведені до рівня конкретних методик. Результати дослідження можуть використовуватись у практичній діяльності підприємств і навчальних закладів різних галузей та форм власності. Сфера (галузь) використання: економіка та управління підприємствами.

Реферат (англ)

Object of study - the process of promoting products based on the concept of integrated marketing communications and use of innovative approaches in a market economy. Purpose - to develop the scientific basis and theoretical and methodological foundations promote products in a market economy. Research methods - dialectical method of scientific knowledge, logic synthesis method, methods of fuzzy logic method of peer review, focus group method, structural and logical modeling, comparative and statistical analysis, system-structural analysis, factor analysis, a systematic approach, fundamental assumptions of modern economic theory, marketing, modern concept of business management and innovation. The features of industrial enterprises in market conditions. The theoretical and methodological basis of the process product promotion in the market on the basis of integrated marketing communications and innovation. Significantly enhanced and developed practical aspects of implementing a mechanism promoting products on the market in terms of the use of innovative approaches to research and implement communications activity. The features use Internet marketing enterprises, including to promote scientific and educational services. The theoretical report to the level of specific techniques. The research results can be used in the practice of enterprises and educational institutions in different sectors and forms of ownership. Scope of use: economics and business administration.

Індекс УДК: 658.8, 658.8:005.21

Коди тематичних рубрик НТІ: 06.75.55

6. Науково-технічна продукція (НТП)

НТП 1

Назва продукції (укр): Теоретичні та методичні розробки (комплекс методик і рекомендацій) з формування ринково-орієнтованої маркетингової політики вітчизняних підприємств

Назва продукції (англ): Theoretical and methodological developments (techniques and recommendations) form marketing

policy of domestic enterprises

Очікувані результати: методична документація

Галузь застосування: 20.1, 20.3, 28.1

Опис продукції (укр): Вирішення важливої для вітчизняних підприємств фундаментальної задачі щодо наукового обґрунтування і розробки методологічних і теоретико-методичних основ їх маркетингової політики в ринковій економіці, що ґрунтується на сучасних концепціях маркетингу, менеджменту, інноваційного розвитку та досягненнях науково-технічного прогресу

Соціально-економічна спрямованість НТП:

Стадія завершеності НТП: Звіт по НДДКР

Впровадження НТП: Впроваджено

Строки впровадження: 2014 рік

Виробник продукції: Сумський державний університет

Споживачі продукції: Промислові підприємства

Перспективні ринки: України

Права інтелектуальної власності: За договорами

Форми та умови передачі продукції: Навчання персоналу

7. Бібліографічний опис

1. Божкова В.В. Розрахунок синтезованого ефекту інтегрованих маркетингових комунікацій промислового підприємства / В.В. Божкова, Я.О. Тимохіна // Актуальні проблеми економіки. - № 10 (160). - 2014. - С. 142-148; 2. Божкова В.В. Використання багатофакторної моделі компанії DUPONT оцінки рентабельності власного капіталу АТ "Сумський завод "Насосенергомаш" / В.В. Божкова, Л.В. Носонова // Вісник Одеського національного університету ім. І.І. Мечнікова. Серія: Економіка. - Т. 19. - Вип. 1/1. - Одеса, 2014. - С. 205-208.

8. Звітна документація

Кількість сторінок в звіті: 213

Мова звіту: Українська

Кількість файлів у звіті: 1

9. Заключні відомості

Перелік осіб-виконавців

Ілляшенко Наталія Сергіївна

Ілляшенко Сергій Миколайович

Біловодська Олена Анатоліївна

Божкова Вікторія Вікторівна

Голишева Євгенія Олексіївна

Грищенко Олена Федорівна

Дериколенко Олександр Миколайович

Домашенко Марина Дмитрівна

Мельник Юлія Миколаївна

Олефіренко Олег Михайлович

Прокопенко Ольга Володимирівна

Сагер Людмила Юріївна

Сигида Любов Олексіївна

Телетов Олександр Сергійович

Тимохіна Яна Олександрівна

Троян Марія Юріївна

Шевлюга Олена Геннадіївна

Шипуліна Юлія Сергіївна

Школа Вікторія Юріївна

Керівник організації:

Васильєв Анатолій Васильович (к. т. н., професор)

Керівники роботи:

Божкова Вікторія Вікторівна (д. е. н., професор)

**Керівник відділу реєстрації наукової діяльності
УкрІНТЕІ**



Юрченко Т.А.