

Івашова Н.В. Формування бренд-орієнтованої системи управління комунікаціями промислового підприємства. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (виробництво машин та устаткування; хімічне виробництво). – Сумський державний університет, Суми, 2010.

Дисертаційну роботу присвячено науково-методичним та практичним питанням формування бренд-орієнтованої системи управління комунікаціями промислового підприємства. У результаті дослідження розглянуто значення бренду; досліджено особливості формування брендів промислових підприємств; проаналізовано практику брендингу українських підприємств; запропоновано підхід до виділення джерел асоціацій бренду промислового підприємства, удосконалено підхід до його формування, відображено місце комунікацій у ньому; запропоновано класифікацію ребрендингу.

Досліджено інструменти комунікацій промислового підприємства, тенденції їх розвитку. З'ясовано характеристики комунікативного впливу повідомлень на промислових ринках. Розроблено науково-методичний підхід до формування бренд-орієнтованої системи управління комунікаціями підприємства. Запропоновано науково-методичний підхід до оцінки рівня бренд-орієнтованості системи комунікацій підприємства, удосконалено методичні підходи до розрахунку результату комунікативного впливу бренду промислового підприємства на споживачів.

Ключові слова: бренд промислового підприємства, комунікації, маркетинг промислового підприємства, система управління комунікаціями.