

РІШЕННЯ СПЕЦІАЛІЗОВАНОЇ ВЧЕНОЇ РАДИ ПРО ПРИСУДЖЕННЯ СТУПЕНЯ ДОКТОРА ФІЛОСОФІЇ

Спеціалізована вчена рада ДФ 14.052.004 Державного університету «Житомирська політехніка» Міністерства освіти і науки України, м. Житомир, прийняла рішення про присудження ступеня доктора філософії галузі знань 07 «Управління та адміністрування» на підставі прилюдного захисту дисертації на тему: «Розвиток бренд-менеджменту підприємств» за спеціальністю 073 – Менеджмент

14 квітня 2021 р.

Ковальчук Ольга Антонівна 1994 року народження, громадянка України, освіта вища: закінчила у 2017 році Житомирський державний технологічний університет за спеціальністю «Менеджмент організацій і адміністрування».

Аспірантка кафедри менеджменту та підприємництва Державного університету «Житомирська політехніка» Міністерства освіти і науки України, м. Житомир з 14 вересня 2017 року до цього часу.

Дисертацію виконано в Державному університеті «Житомирська політехніка» Міністерства освіти і науки України, м. Житомир.

Науковий керівник – Тарасюк Галина Миколаївна, доктор економічних наук, професор, Державний університет «Житомирська політехніка», декан факультету бізнесу та сфери обслуговування.

Здобувач має 15 наукових праць за темою дисертації, з них: 4 – у наукових фахових виданнях України, які входять до міжнародних наукометричних баз; 1 – у періодичному науковому виданні іншої держави, яка входить до Європейського союзу; 6 – тез доповідей та матеріалів міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференцій; 2 – у інших наукових виданнях:

1. Kovalchuk O.. Branding as an effective marketing strategy for the competitiveness of the dairy industry. *Green, Blue and Digital Economy Journal*, 1(2), 2020. 14-19 (стаття у періодичному науковому виданні іншої держави, яка входить до Європейського союзу, Латвія).

2. Ковальчук О.А. Особливості позиціонування конкурентоспроможного бренду. *Вісник Житомирського державного технологічного університету*. Серія: Економіка, управління та адміністрування. 2018. № 4(86). С. 84-86.

3. Ковальчук О.А. Управління брендом як складова бренд-менеджменту. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Економіка». 2018. №11(39). С. 52-55.

У дискусії взяли участь голова та члени спеціалізованої ради та присутні на захисті фахівці:

1. **ЛЕГЕНЧУК Сергій Федорович**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри інформаційних систем в управління та обліку Державного університету «Житомирська політехніка».

Без зауважень.

2. **ОСТАПЧУК Тетяна Петрівна**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту і підприємництва Державного університету «Житомирська політехніка».

Без зауважень.

3. **ПАЩЕНКО Ольга Петрівна**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту і підприємництва Державного університету «Житомирська політехніка».

Без зауважень.

4. **ГОНЧАР Ольга Іванівна**, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу і торговельного підприємництва Хмельницького національного університету.

Без зауважень.

5. **БОЄНКО Олена Юріївна**, кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу Донецький національний університет імені Василя Стуса.

Є зауваження, зокрема:

– щодо практичних питань формування соціально-відповідального бренду компанії.

Результати таємного голосування:

«За» – 5 членів ради,
«Проти» – немає членів ради,
Недійсні бюлетені – немає.

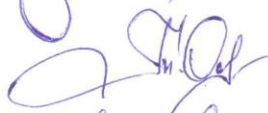
На підставі результатів таємного голосування спеціалізована вчена рада присуджує Ковальчук Ользі Антонівні ступінь доктора філософії з галузі знань «Управління та адміністрування» за спеціальністю 073 – Менеджмент.

Голова спеціалізованої
вченої ради



Сергій ЛЕГЕНЧУК

Рецензент



Тетяна ОСТАПЧУК

Рецензент



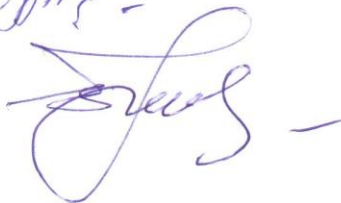
Ольга ПАЩЕНКО

Опонент



Ольга ГОНЧАР

Опонент



Олена БОЄНКО