

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ  
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

## **П о я с н ю в а л ь н а з а п и с к а**

до дипломної роботи

**М А Г І С Т Р**

(освітній ступінь)

на тему: «Розвиток міжнародної маркетингової діяльності підприємства»

Виконала: студентка 2 року навчання,

групи 8.06.07.15.02,

спеціальності 8.03050301 «Міжнародна  
економіка»

Борщ К.Є.

Керівник: к.е.н., доцент Бестужева С.В.

Рецензент: к.е.н. Огієнко С.О.

Харків – 2017 рік

У сучасних умовах розвитку господарських зв'язків у суспільстві, що характеризуються зростаючим загостренням конкуренції на світових ринках, складними і диверсифікованими технологічними та організаційними моделями виробництва, інформаційною насиченістю, ефективність зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств, як і економічної активності в цілому, безпосередньо пов'язана з цілями та методикою використання інструментів маркетингу.

Міжнародні аспекти маркетингу значно актуалізуються завдяки інтернаціоналізації та європейській інтеграції України. Зовнішньоекономічні зв'язки стають усе більш важливою складовою господарської діяльності українських підприємств і організацій. Зростає інтерес до участі в економічному, виробничому і науково-технічному співробітництві з партнерами із закордонних країн. Для багатьох підприємств вивчення і застосування міжнародного маркетингу необхідно внаслідок наростаючої відкритості стосовно зовнішніх ринків і з метою удосконалення їхніх відносин з цими ринками.

В економічній науці проблеми розвитку міжнародної маркетингової діяльності підприємств досліджувалися у працях багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, а саме: Д. Аакера, Є. М. Азаряна, Г. Армстронга, Г. Л. Багієва, І. С. Березіна, Пітера Р. Діксона, Ж.-Ж. Ламбена, Р. Б. Ноздрьової, Т. М. Циганкової, Ф. Котлера та інших.

Метою дипломної роботи є дослідження особливостей міжнародної маркетингової діяльності підприємства та розробка рекомендацій щодо її розвитку.

Для досягнення поставленої мети в роботі вирішуються такі завдання:

обґрунтувати роль міжнародного маркетингу у розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства;

дослідити існуючі теоретичні підходи щодо визначення сутності міжнародної маркетингової діяльності підприємства;

проаналізувати методичні засади оцінки ефективності міжнародної маркетингової діяльності підприємства;

проаналізувати фінансово-економічний стан та зовнішньоекономічну діяльність;

оцінити ефективність міжнародної маркетингової діяльності підприємства, виявити основні недоліки та перспективу розвитку;

розробити та обґрунтувати пропозиції щодо удосконалення міжнародної маркетингової діяльності дослідженого підприємства.

Об'єктом дослідження є процес міжнародної маркетингової діяльності підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні основи та методичне забезпечення розвитку міжнародної маркетингової діяльності підприємства.

В роботі використовувались методи аналізу, синтезу, теоретичного узагальнення, економіко-статистичні та графічні методи, а також системний і факторний аналіз.

Інформаційну базу дослідження склали роботи українських та іноземних вчених з даної проблеми, нормативні документи та законотворчі акти України. В процесі підготовки дипломної роботи були використані матеріали, що містяться в періодичних виданнях, наукових статтях, у монографіях видатних українських та зарубіжних вчених.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, резюме на іноземній мові, висновків та списку використаних джерел із 87 найменувань. Матеріал дипломної роботи проілюстровано 28 таблицями та 14 рисунками.