

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

МАГІСТР

(освітньо-кваліфікаційний рівень)

на тему: «Формування комунікативної політики підприємства на  
міжнародному ринку»

Виконала: студентка 2 року

навчання,

групи 8.06.07.12.03,

спеціальності 8.03050301

«Міжнародна економіка»

Головка А. В.

Керівник: к.е.н., доцент Полякова

Я.О.

Рецензент: к.е.н., доцент

Гончаренко Н. І.

## РЕФЕРАТ

Сучасний етап розвитку світової економіки та бізнесу характеризується процесами інтернаціоналізації та глобалізації, де здійснюють свою зовнішньоекономічну діяльність міжнародні підприємства, що вимагає розробки та використання нових підходів до управління бізнесом.

При виконанні функцій планування, організації, стимулювання й контролю на міжнародному рівні керівники підприємств повинні брати до уваги різні умови розвитку країн, якими є економіка, культура, кількість та якість трудових і матеріальних ресурсів, закони, державні заклади, політична стабільність, рівень технічного розвитку та ін. Формування і розвиток ринкової економіки в Україні диктують необхідність встановити більш тісні взаємовигідні зв'язки з іншими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та активно включитися в процеси міжнародної економічної інтеграції.

Актуальність теми магістерської роботи полягає в тому, що однією з найважливіших конкурентних переваг сучасних підприємств є ефективно побудована комунікативна політика. Раціонально організована комунікативна політика підприємства, швидкість інноваційних процесів дозволяє багатьом підприємствам динамічно розвиватися й займати лідируючі позиції на світовому ринку, тобто є запорукою успішного розвитку бізнесу.

Об'єктом досліджень дипломної роботи є комунікативна політика ДП «Завод хімічних реактивів».

Предметом є управління комунікативна політика підприємства.

Мета дипломної роботи полягає у вдосконаленні теоретичних засад та розробці практичних рекомендацій щодо формування комунікативної політики підприємства.

Для реалізації поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

а) розглянути сутність комунікативної політики підприємства;

б) ознайомитись із основними формами міжнародних маркетингових комунікацій підприємства;

в) розглянути та охарактеризувати методи оцінки ефективності рекламної кампанії на міжнародному ринку;

г) ознайомитись із загальною характеристикою ДП «Завод хімічних реактивів»;

д) проаналізувати економічний та фінансовий стан ДП «Завод хімічних реактивів»;

е) оцінити зовнішньоекономічну діяльність ДП «Завод хімічних реактивів»;

є) надати методичні засади з формування комунікативної політики ДП «Завод хімічних реактивів» на міжнародному ринку.

Різні аспекти проблеми комунікативної політики та маркетингових комунікацій були розглянуті у працях таких авторів: Голубкова Е. Н., яка в своїх роботах розглядала досвід реалізації комунікаційної політики підприємств, надавала практичні рекомендації з використання комунікативних інструментів у діяльності компаній; Синяєва І. М. розглядала маркетингові комунікації як набір комунікаційних інструментів, а також обширно висвітлила оцінку ефективності комунікацій; навчальний посібник Дж. Россітера і Л. Персі «Реклама і просування товарів» є прикладом дуже систематизованої праці з маркетингових комунікацій, що містить в собі як безліч теорії, так і практичні приклади.

Для розв'язання поставлених завдань були використані такі методи, як теоретичний аналіз наукових літературних джерел, синтез, порівняння, методи економічного та фінансового аналізу.

Практична цінність отриманих в дипломному проекті результатів полягає в розробці та практичній апробації на прикладі результатів діяльності підприємства ДП «Завод хімічних реактивів» пропозицій щодо просування товарів підприємства на зовнішньому ринку за допомогою сучасних методів Інтернет-реклами.

