

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

**КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Пояснювальна записка

до дипломної роботи

МАГІСТР

(освітньо-кваліфікаційний рівень)

на тему: "Організація і управління міжнародної
маркетингової діяльності підприємства"

Виконала: студентка 2 року навчання,
групи 8.06.07.12.03,
спеціальності 8.03050301 "Міжнародна
економіка"

Іванова О.С.

Керівник: к.е.н., доцент Стахорська С.І.

Рецензент: к.е.н., доцент Черномаз П.О.

Харків – 2014 рік

РЕФЕРАТ

Мета дипломної роботи полягає в розробці теоретичних положень і практичних рекомендацій щодо вдосконалення управління маркетингом на ПАТ завод «Південкабель».

Поставлена мета досягається вирішенням таких конкретних завдань:

вивчено теоретичні джерела сучасних вітчизняних і зарубіжних авторів для розкриття сутності, основних концепцій та принципів маркетингового управління підприємством;

проаналізовано фінансово-господарську діяльність ПАТ завод «Південкабель»;

визначено особливості використання маркетингу та управління на підприємстві, розроблено рекомендації і заходи щодо вдосконалення управління маркетингом на ПАТ завод «Південкабель».

Об'єкт дослідження – процес організації та управління маркетингом на підприємстві ПАТ завод «Південкабель».

Предметом дослідження виступають теоретико-методичні засади та компасний підхід до організації та управління маркетингової діяльності ПАТ Харківського кабельного заводу «Південкабель».

Наукова новизна одержаних результатів полягає в розробці комплексного підходу до організації та управління міжнародною маркетинговою діяльністю підприємства. У процесі наукового дослідження було сформульовано такі положення, які конкретизують наукову новизну роботи.

У роботі пропонується використання комплексного підходу до організації та управління міжнародною маркетинговою діяльністю, що базується на:

систематизації найсучасніших теоретичних відомостей в сфері міжнародного маркетингу та їх адаптації до специфіки підприємства;

багатофакторному аналізу показників підприємства;
відборі оптимальних та ефективних маркетингових заходів, зважаючи на можливість впровадження та очікувані результати;
моніторингу та зборі інформації про стан досягнення цілей та своєчасному корегуванні дій під час впровадження комплексу маркетингових заходів;
оцінці результатів маркетингових заходів та пошуку помилок

Удосконалений порядок та дії при підготовці до створення та впровадження системи управління маркетинговою діяльністю підприємства. Запропоновані додаткові етапи, дозволяють провести дослідження якомога глибше та найдетальніше оцінити стан мікро та макро середовища підприємства. Саме такі доповнення, є невід'ємними в умовах жорсткої конкуренції, швидкої зміни показників ринку та обмеженості у часі прийняття рішень.

Набув подальшого розвитку та більшої конкретизації комплексний підхід до організації та управління міжнародною маркетинговою діяльністю у відповідності до потреб конкретного підприємства, його фінансових можливостей для проведення попередніх досліджень та реалізації маркетингових заходів.

При підготовці роботи була опублікована стаття у збірнику видавництва ХНЕУ із назвою: «Управління розвитком», на тему: «Етапи організації рекламної кампанії» в якій розкрито теоретичні положення сутності реклами та систематизовано організаційні етапи рекламної кампанії. Стаття неодноразово цитувалася у наукових публікаціях інших авторів. Опираючись на цю інформацію можна говорити про наукову цікавість обраної теми та її користь.

Інформаційну базу дослідження складають наукові монографії, статті зарубіжних і вітчизняних вчених, матеріали підприємства, інформаційних агенцій та Інтернету.

Практичною базою дослідження стало підприємство ПАТ завод «Південкабель».

Практична значущість полягає в розробці заходів щодо вдосконалення управління маркетингом на підприємстві. Результати практичних розробок можуть бути використані в практичній діяльності промислових підприємств при вдосконаленні механізму управління маркетингом з урахуванням специфіки та виду діяльності.

Поставлені мета і завдання визначили наступну структуру дипломної роботи: вступ, чотири частини, висновок, список використаних джерел, додатки.

У першому теоретичному розділі роботи розглянуто основи організації та управління міжнародною маркетинговою діяльністю підприємства: сутність, механізм організації та контроль управління міжнародної маркетингової діяльності.

У другому аналітичному розділі зроблено всебічний аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства та аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства ПАТ завод «Південкабель» .

У третьому практично-рекомендаційному розділі представлені результати ситуаційного аналізу і маркетингового синтезу стану підприємства, розроблені етапи планування та контролю міжнародної маркетингової діяльності для підприємства ПАТ завод «Південкабель» .

У четвертому розділі проведена оцінка заходів з охорони праці та виявленні можливі надзвичайні ситуацій. Також приведений загальний аналіз умов праці.

Теоретичну основу роботи складає система загальнонаукових і спеціальних методів, що дозволяють вирішувати проблемні наукові завдання. У дипломній роботі використані: порівняльний аналіз, SWOT - аналіз методи абстрагування, формалізації, аналізу та синтезу.

