

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ
ЗОВНІШНЬО ЕКОНОМІЧНОЇ 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

(освітньо-кваліфікаційний рівень)

на тему: "Управління міжнародною маркетинговою діяльністю підприємства:
діагностика та планування"

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

Мішина В.М.

Керівник: к.е.н., проф. Піддубний І.О.

Рецензент: д.е.н., проф. Пічугіна Т.С.

Міжнародний маркетинг у глобалізованому світі стає однією з провідних концепцій ведення бізнесу. Підприємці почали самостійно шукати вигідних постачальників та закуповувати товари, а також вільно займатися їх продажем. Поруч з державними установами з'явилися приватні підприємства. У зв'язку з цим виникла конкуренція між виробниками, постачальниками, комерційними підприємствами. Для того, щоб затриматися на ринку конкуренції підприємці звертаються саме до маркетингу. Підприємство досліджує ринок, обирає для себе вигідний сегмент і використовує всі заходи маркетингової діяльності для задоволення попиту споживачів. Від розвитку маркетингу виграє і споживач, завдяки зменшенню ризику від придбання товару, гнучкому ціноутворенню, розширенню асортименту товарів і послуг, поліпшеній якості обслуговування.

Отже, маркетингова діяльність в сучасний період, стає важливим елементом виживання підприємства серед конкурентів. Для того щоб бути успішними на зарубіжних ринках, провідні компанії узагальнюють досвід застосування маркетингових інструментів у міжнародній діяльності, а ефективне запровадження й використання маркетингу потребує правильного розуміння його суті.

Вивчення маркетингової діяльності дуже потрібна справа в сучасній жорсткій конкуренції. За допомогою її підприємство зможе не тільки вижити серед конкурентів, а і знайти своє «обличчя», стимулювати своїх клієнтів, вдосконалювати свою діяльність.

Успішна організація і здійснення роботи з маркетингу допомагає оперативніше і своєчасно виявити і ліквідувати недоліки у стратегічному плануванні, організації та реалізації комерційної діяльності, а також у системі управління загалом, налагоджувати тісну співпрацю із суспільством.

На сьогоднішній день для вирішення різнобічних проблем підприємства необхідні підходи щодо управління підприємствами, зокрема необхідно постійно здійснювати економічну діагностику підприємства. Вона дозволяє сформулювати потенціал росту ефективності виробництва, а звідси – потенціал високих темпів приросту виробничої діяльності господарської структури, власного капіталу, конкурентоспроможності і вартості підприємства.

Коли організація здійснює бізнес на міжнародних ринках, функція планування набуває додаткового ступеня складності: керівництво має не тільки проводити аналіз можливостей і загроз усередині своєї країни, але й робити аналогічний аналіз для кожної з країн, де передбачається вести бізнес.

Оскільки на маркетингу тримається вся діяльність підприємства, то тема даної дипломної роботи «Управління міжнародною маркетинговою діяльністю підприємства: діагностика та планування» є дуже актуальною на сучасному етапі розвитку економіки.

Об'єктом дослідження є процес управління міжнародною маркетинговою діяльністю ПАТ «Куп'янський молочноконсервний комбінат».

Предметом дослідження є теоретичні положення та методичне забезпечення управління міжнародною маркетинговою діяльністю підприємства.

Метою дипломної роботи являється вдосконалення управління міжнародною маркетинговою діяльністю ПАТ «Куп'янський молочноконсервний комбінат».

Для досягнення цієї мети були поставлені такі задачі:

а) вивчення теоретичних аспектів міжнародної маркетингової діяльності, її функцій та особливостей;

б) аналіз фінансово-господарської діяльності ПАТ «Куп'янський молочноконсервний комбінат»;

в) аналіз та оцінка стану міжнародної маркетингової діяльності ПАТ «Куп'янський молочноконсервний комбінат»;

г) розвинути організаційно-методичне забезпечення діагностики та планування міжнародної маркетингової діяльності ПАТ «Куп'янський молочноконсервний комбінат».

Для досягнення поставленої мети у роботі використаний ряд загальнонаукових та спеціальних методів дослідження: історичний, порівняльно-економічний, економіко-статистичний, економіко-математичний аналіз та системний підхід.

Одержані результати дослідження полягають у тому, що:

а) систематизовано теоретичні положення міжнародної маркетингової діяльності, її функцій та особливостей;

б) зроблено аналіз фінансово-господарської діяльності ПАТ «Куп'янський молочноконсервний комбінат»;

в) зроблено аналіз та оцінка стану міжнародної маркетингової діяльності ПАТ «Куп'янський молочноконсервний комбінат»;

г) розвинуто організаційно-методичне забезпечення діагностики та планування міжнародної маркетингової діяльності ПАТ «Куп'янський молочноконсервний комбінат».

Структура дипломної магістерської роботи має вступ, чотири розділи, резюме, висновки, додатки та список використаних джерел.