

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

(освітньо-кваліфікаційний рівень)

на тему: "Управління міжнародною маркетинговою діяльністю підприємства"

Виконала: студентка 2 року навчання,

групи 8.06.47.12.02,

спеціальності 8.03060104 "Менеджмент

зовнішньоекономічної діяльності"

Трембач Ю.С.

Керівник: к.е.н., доцент Юлегіна І.В.

Рецензент: д.е.н., професор Зоріна О.І.

Харків – 2014 рік

РЕФЕРАТ

У сучасних економічних умовах для України в цілому та для кожного її суб'єкта підприємницької діяльності надзвичайно важливим є здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Ключовим напрямком розвитку вітчизняних підприємств у таких умовах стає орієнтація на міжнародні ринки збуту. Проте з посиленням конкуренції між виробниками продукції на міжнародних ринках все більшу роль відіграє не стільки сам товар, скільки комплекс заходів з виробництва, просування, ціноутворення та збуту продукції, тобто маркетингове забезпечення діяльності підприємства. У зв'язку з цим для кожного підприємства стає необхідним здійснення міжнародної маркетингової діяльності та управління міжнародною маркетинговою діяльністю.

Актуальність теми дипломної роботи полягає в тому, що ефективне управління міжнародною маркетинговою діяльністю забезпечує вітчизняним підприємствам співпадіння їх цілей та інтересів з інтересами та цілями іноземних споживачів та суспільства, сприяє задоволення потреб іноземних споживачів та підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Дослідження дипломної роботи було проведено на базі ПАТ «ФЕД».

Об'єктом дослідження дипломної роботи є процес міжнародної маркетингової діяльності підприємства.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та практичних підходів до управління міжнародною маркетинговою діяльністю.

Мета дослідження полягає у визначенні особливостей управління міжнародною маркетинговою діяльністю ПАТ «ФЕД» та розробці пропозицій щодо підвищення ефективності такого управління.

Для досягнення мети дослідження в дипломній роботі були поставлені та вирішені наступні завдання:

визначити сутність міжнародної маркетингової діяльності;

визначити принципи, функції та особливості управління міжнародною маркетинговою діяльністю;

розглянути загальну характеристику ПАТ «ФЕД» та здійснити економічний аналіз діяльності підприємства;

провести фінансовий аналіз діяльності ПАТ «ФЕД»;

проаналізувати зовнішньоекономічну діяльність ПАТ «ФЕД»;

проаналізувати стан управління міжнародною маркетинговою діяльністю ПАТ «ФЕД»;

розробити заходи щодо удосконалення процесу управління міжнародною маркетинговою діяльністю ПАТ «ФЕД»;

проаналізувати стан охорони праці в ПАТ «ФЕД»;

розглянути технологічний процес ремонту агрегатів.

Питання управління міжнародною маркетинговою діяльністю розкриті в наукових працях зарубіжних вчених: Армстронга Г., Асселя Г., Вонга В., Котлера Ф., Сондерса Дж. та інших. Крім того цими ж питаннями займалися такі українські та російські вчені як Азарян О.М., Алексунін В.А., Ванова А., Канищенко О.Л., Ноздрева Р.Б., Перцовський Н.І., Притиченко Т.І. та інші.

В рамках виконання дипломної роботи були застосовані методи аналізу, угруповання і порівняння, метод факторного аналізу, використовувалися розрахунково-аналітичні методи, методи структурно-динамічного аналізу.

В дипломній роботі були використані економічні, фінансові, організаційні матеріали та документи ПАТ «ФЕД» за 2009 – 2013 рр., надані на підприємстві.

Практична значущість дослідження даної дипломної роботи полягає в тому, що вона містить рекомендації щодо підвищення ефективності управління міжнародною маркетинговою діяльністю ПАТ «ФЕД» шляхом покращення діяльності відділів управління зі збуту та управління маркетингом підприємства.

Дана дипломна робота містить вступ, п'ять розділів, висновки, список використаних джерел та додатки.

У першому розділі «Теоретико-методичні засади управління міжнародною маркетинговою діяльністю підприємства» основна увага приділена визначенню понять «міжнародний маркетинг» та «управління міжнародною маркетинговою діяльністю», їх сутності та особливостям. Автором докладно розглянуті принципи, функції та особливості управління міжнародною маркетинговою діяльністю підприємств у сучасних умовах.

У другому розділі «Аналіз фінансово-господарської діяльності та стану управління міжнародною маркетинговою діяльністю ПАТ «ФЕД» проаналізовано його фінансово-господарську та зовнішньоекономічну діяльність, розглянуто стан управління міжнародною маркетинговою діяльністю.

У третьому розділі «Удосконалення процесу управління міжнародною маркетинговою діяльністю ПАТ «ФЕД» запропоновано заходи щодо удосконалення процесу управління міжнародною маркетинговою діяльністю підприємства, визначено доцільність та ефективність вживання запропонованих заходів.

У четвертому розділі «Охорона праці та безпека в надзвичайних ситуаціях» проаналізовано стан охорони праці, технічної та пожежної безпеки в ПАТ «ФЕД», виявлені та проаналізовані наслідки можливих надзвичайних ситуацій на підприємстві.

У п'ятому розділі «Технологічна частина» розглянуто особливості українського авіабудування, проаналізовано процес ремонту агрегатів, надано рекомендації щодо вдосконалення технологічного процесу.

Автором проаналізовано всі сфери діяльності підприємства, виявлені існуючі проблеми та надані рекомендації щодо вирішення цих проблем та підвищення ефективності управління міжнародною маркетинговою діяльністю ПАТ «ФЕД».

На основі дослідження у збірнику наукових робіт «Управління розвитком» № 12 (152) за 2013 рік опубліковано статтю «Особливості інформаційного забезпечення маркетингових досліджень зарубіжного ринку».