

**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 міжнародної маркетингової діяльності підприємства "

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

Бурджанадзе Д. М.

Керівник: к.е.н., доцент Серпухов М. Ю.

Рецензент: к.е.н., проф. Телешевська Л.І.

РЕФЕРАТ

В умовах процесів глобалізації актуалізується проблема пошуку ринків збуту та утримання конкурентних переваг. Недостатньо виробляти якісну та потрібну споживачам продукцію – необхідно вміло її представляти на ринку та продавати споживачам. На даний момент в Україні маркетингова і рекламна діяльність є одним з найбільш перспективних напрямків, який переживає період бурхливого розвитку. У наш час відносно слабо представлені питання функціонування системи планування та управління підприємством на основі маркетингу. Справа, як правило, обмежується описом організаційної структури управління підприємством, зрідка - функціональних обов'язків працівників служби маркетингу і взаємозв'язків маркетингу з іншими службами підприємства. Актуальність теми, цієї роботи для освітлення, важко переоцінити. За умови посилення конкуренції на вітчизняних та міжнародних ринках особливої уваги набувають питання ефективної організації маркетингової діяльності підприємства.

Економіка впритул підвела українські підприємства до усвідомлення проблеми необхідності практичного застосування маркетингових принципів у своїй повсякденній діяльності. Однак, для цього потрібні не тільки підготовлені фахівці, а значні зусилля по створенню управлінських структур, в завдання яких входить планування, організація і контроль маркетингової діяльності на підприємстві.

Питанням дослідження проблем організації маркетингової діяльності підприємства на зовнішніх ринках займалися такі вітчизняні та закордонні науковці: Ф. Котлер, А. Маслоу, Г. Емерсон, Б.Ф. Теплов, К. Гронбэк, О.С. Анісімов, П.К. Антохін, Мак Грегор, Д. Бейтсон, С.Л. Рубінштейн, Б.Ф. Скінер, С. Браун, Ф. Реймонд.

Метою даної роботи є дослідження питань організації маркетингової діяльності підприємства на зовнішньому ринку та розробка рекомендації з вдосконалення організації маркетингової діяльності на підприємстві ПАТ «Турбогаз».

Для досягнення мети слід виконати наступні завдання:

- 1) дослідити теоретичні підходи до організації маркетингової діяльності підприємства на зовнішніх ринках;
- 2) провести аналіз фінансово-господарської діяльності ПАТ «Турбогаз»;
- 3) проаналізувати зовнішньоекономічну діяльність ПАТ «Турбогаз»;
- 4) розробити рекомендації по вдосконаленню маркетингового комплексу ПАТ «Турбогаз»;
- 5) розробити та оцінити ефективність рекомендації з вдосконалення організаційної структури маркетингової діяльності підприємства ПАТ «Турбогаз» на зовнішньому ринку;

Основними методичними і теоретичними основами дослідження послужили нормативна та законодавча база України, підручники, навчальні посібники з економічних дисциплін, видання присвячені маркетингу і керуванню маркетинговою діяльністю на підприємстві, монографічна та періодична література, статистична звітність та ресурси мережі інтернет.

Практична значення запропонованих рекомендацій полягає у встановленні на основі аналізу діяльності підприємства рекомендацій з визначення стратегії маркетингової діяльності та вдосконалення маркетингового комплексу, що дозволить підприємству отримати додатковий прибуток від експорту продукції.