

**ХАРЬКОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ СЕМЕНА КУЗНЕЦА**

**ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ
ОТНОШЕНИЙ**

**КАФЕДРА МЕЖДУНАРОДНОЙ ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА
ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Пояснительная записка

к дипломной работе

МАГИСТР

(образовательно-квалификационный уровень)

на тему: "Формирование международной маркетинговой стратегии"

Выполнила: студентка 2 года обучения,
группы 8.06.07.12.01,
специальности 8.03050301 "Международная
экономика "

Казакбаев А. К.

Руководитель: д.э.н., проф. Поддубная Л.И.

Имя: д.э.н., профессор Мищенко В. А.

Харьков – 2014 год

Реферат

Маркетинговые стратегии являются неотъемлемой частью современной экономики. Осуществление маркетинговой стратегии становится весомой предпосылкой для расширения рынков сбыта, увеличение объемов производства и повышение качества продукции, что в свою очередь, позволяет создать благоприятную почву для укрепления конкурентных позиций предприятия на внутреннем так и на внешнем рынке. Маркетинговые стратегии выступают ключевым инструментом в деятельности и расширении компании. Теоретической и методологической являются научные труды ведущих зарубежных и отечественных ученых и специалистов, посвященные проблемам стратегического развития это: Ф. Котлер, К. Цыган, В. Подольский, Кеворков В.В., Леонтьев С.В., А. Томпсон, Д. Стрикланд, Чарльз Д. Шив, Александр Уотсон Хейм, Рей Гаррисон, Эрик Норин, Питер Брюер.

Целью дипломной работы является выбор маркетинговой стратегии для исследуемой организации, в результате которой компания достигнет своих целей, и будет успевать за изменениями, происходящими в ее окружении.

Объектом работы является формирование маркетинговой стратегии ООО «Фабрика Театральных Реквизитов».

Предметом работы является маркетинговые стратегии продвижения продукции на внешнем рынке.

В данной работе поставлены и решены следующие задачи:

рассмотрение теоретических аспектов маркетинговой стратегии продвижения продукции на внешнем рынке;

изучение сущности и видов маркетинговых стратегий;

выявление путей определения маркетинговых стратегий;

провести анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия;

выявить направления совершенствования производства предприятия;

Предоставление рекомендаций относительно решения проблем экспортной деятельности предприятия. Выявление возможностей развития внешнеэкономической деятельности предприятия.