

**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: «Управління розвитком міжнародної діяльності підприємства»

Виконав: студент 2 року навчання,
групи 8.06.07.13.03,
спеціальності 8.03050301 «Міжнародна
економіка»

Гріпич Кирило Володимирович

Керівник: к.е.н., доцент Астахова І.Е.

Рецензент: к.е.н., доцент Комір Л.І.

Харків – 2015 рік

Реферований зміст дипломної магістерської роботи.

Актуальність теми. Глобалізація бізнесу, посилення конкуренції, підвищення ролі споживача у формуванні попиту на товари, широке включення українських підприємств у міжнародний поділ праці висувають нові вимоги до системи управління підприємствами та використання інструментів стратегічного менеджменту і маркетингу для досягнення конкурентних переваг й довгострокового успіху.

Необхідність перебудови діяльності підприємства на основі стратегічного управління зумовлена змінами в зовнішньому середовищі і, насамперед, зростанням його невизначеності, а також змінами в організації великих підприємств у результаті їх концентрації і диверсифікації. Ігнорування нових обставин, що виникають унаслідок посилення глобалізації, може призвести до значних негативних наслідків. Тому постає гостра потреба у дослідженні процесу управління розвитком міжнародної маркетингової діяльності, аналізі впливу факторів його розвитку на зміну як макро-, так і мікроекономічних процесів, конкурентного середовища, розробці маркетингових заходів підприємства та їх адаптації в умовах розвитку глобалізації.

Сучасна наука і практика постійно висувають низку нових вимог, щодо методології та методичного забезпечення конкурентоспроможності підприємств та їх продукції в умовах розвитку глобалізації. Одним з інструментів вирішення цієї проблеми є адекватний вибір, розробка й реалізація конкурентної стратегії, що забезпечує стійке й довгострокове фінансове становище підприємства у відповідній галузі.

Вивченню питань стратегічного управління і маркетингу, що поєднують завдання управління, маркетингу і конкуренції, присвячені роботи багатьох учених: Г.Азосєва, І.Ансоффа, Г.Багієва, С.Борнера, І.Герчикової, А.Градова, А.Дайана, П.Зав'ялова, М.Енрайта, Ж.Ламбена, Б.Карлоффа, Х.Кобоясі, Ф.Котлера, І.Кретова, Д.Кромбрюгге, К.Лінді, С.Маджаро, Дж.Макартура,

М.Мескона, Н.Моїсеєвої, М.Портера, А.Поршнєва, А.Романова, Х.Такеучі, Т.Фуджімото, А.Чандлера, Г.Шмалена Ю.Юданова, та ін.

Серед наукових праць, у яких досліджуються проблеми формування маркетингових стратегій, окремих їх елементів та аспектів необхідно відзначити таких зарубіжних учених, як Д.Аакер, К.Боумен, Є.Голубков, Д.Джобер, П.Дойль, П.Друкер, Дж.Дэй, Дж.Еванс, М.Мак-Дональд, А.Стрікленд, А.Томпсон, Р.Фатхутдінов та ін.

З проблематики розробки маркетингових стратегій та їх впливу на посилення конкурентоспроможності підприємства надруковано багато науково-теоретичних праць вітчизняних фахівців у галузі маркетингу та менеджменту, а саме: Є.Азаряна, А.Акімової, Л.Балабанової, А.Войчака, С.Гаркавенко, В.Герасимчука, О.Каніщенко, В.Кардаша, Н.Куденко, А.Мазаракі, В.Мазуренко, Ю.Макогона, В.Маштабея, Т.Мірошника, А.Павленка, В.Прауде, А.Старостіної, Т.Циганкової, Т.Чаюна та інших. Проте ціла низка проблем теоретичного, методологічного й практичного характеру щодо формування управління розвитком міжнародної маркетингової діяльності, функціонування й розвитку підприємства в умовах конкурентного середовища потребують подальшого вивчення. Оскільки дослідження вітчизняних і зарубіжних вчених у галузі маркетингу впродовж останніх десятиліть були присвячені лише окремим процедурам, вивченню окремих проблем без визначення й обґрунтування концептуальних основ, нормативних і прикладних елементів технології вироблення маркетингових рішень, у них недостатньо відображені теоретичні основи маркетингової орієнтації управління, не виявлений взаємозв'язок сучасної парадигми управління й стратегічного маркетингу.

На сьогодні ці проблеми є актуальними і практично значущими, як в усьому світі, так і в Україні. Все це й визначило актуальність дослідження, його теоретичне і практичне значення.

Метою роботи є теоретичне узагальнення й обґрунтування методологічних та методичних засад економічної сутності і трансформації ролі маркетингу в

сучасній економіці, процесу управління міжнародної маркетингової діяльності підприємства і проблеми цього управління в умовах розвитку глобалізаційних процесів та формування комплексу маркетингу підприємства.

Досягнення зазначеної мети передбачає вирішення низки завдань, перелік, зміст та пріоритетність яких зумовлено зміною в оточуючому середовищі.

З урахуванням цього в дипломній роботі поставлені такі **завдання**:

а) узагальнити теоретико-методологічні підходи до визначення сутності міжнародної маркетингової діяльності та особливостей її прояву на сучасному етапі;

б) обґрунтувати методологічні та методичні засади застосування стратегічного маркетингу щодо формування маркетингової стратегії підприємства;

в) проаналізувати фінансово-господарську діяльність досліджуємого підприємства;

г) визначити напрями удосконалення маркетингової стратегії підприємства.

д) розробити комплексну програму щодо покращення управління розвитком міжнародної маркетингової діяльності на підприємстві ЗАТ завод «Південкабель»

Об'єктом дослідження є маркетингова діяльність закритого акціонерного товариства "Південкабель".

Предметом дослідження є сукупність теоретичних і практичних проблем, пов'язаних з управлінням розвитком міжнародної маркетингової діяльності підприємства.

Дана робота складається з вступу, теоретичного, аналітичного, проектного розділу та висновків.

Інформаційною базою дипломної роботи виступають Закони України, постанови Кабінету Міністрів України, інші нормативні акти, статистичні дані, публікації в журналах та інших періодичних виданнях.

Практична цінність роботи полягає у розробці комплексної програми щодо покращення управління розвитком міжнародної маркетингової діяльності на підприємстві ЗАТ "Південкабель" на зовнішньому ринку та шляхом створення активної рекламної кампанії. Дипломна робота складається з вступу, трьох розділів та висновків.

Автор: Гріпич Кирило Володимирович

Назва: «Управління розвитком міжнародної діяльності підприємства».

Анотація: *Предметом дослідження є сукупність теоретичних і практичних проблем, пов'язаних з управлінням розвитком міжнародної маркетингової діяльності підприємства.*

Ключові слова: міжнародні економічні відносини, розробка , рекламна кампанія, міжнародна маркетингова діяльність, комплексна програма.

Автор: Грипич Кирилл Владимирович.

Название: «Управление развитием международной деятельности предприятия»

Аннотация: Предметом исследования является совокупность теоретических и практических проблем, связанных с управлением развития международной маркетинговой деятельности предприятия.

Ключевые слова: международные экономические отношения, разработка, рекламная кампания, международная маркетинговая деятельность, комплексная программа.

Author: Gripich Kirill Vladimirovych.

Name: «Managing the development of the international activities of the enterprise»

Annotation: The subject of the study is a set of theoretical and practical problems related to the management of international marketing activities of the enterprise.

Keywords: international economic relations, development, advertising campaigns, international marketing activities, a comprehensive program.

