

**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: «Управлінський супровід міжнародної комунікаційної діяльності підприємства»

Виконав: студент 2 року навчання,
групи 8.06.47.14.02,
спеціальності 8.03060104 "Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності "

Мурадов Огуз

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

Рецензент: к.е.н., доцент Гончаренко Н.І.

Харків – 2016 рік

Реферований зміст дипломної магістерської роботи.

Стрімкий розвиток української економіки, глобалізація і загострення конкуренції на внутрішньому та міжнародному ринках, роблять необхідним розвиток міжнародної комунікаційної діяльності підприємства, як одного з основних інструментів створення конкурентних переваг. Саме цей інструмент можна охарактеризувати як потужний засіб для створення умов просування на світовий ринок продукції вітчизняних підприємств, галузі, регіону і окремо взятої країни.

Звична для багатьох країн міжнародна комунікаційна діяльність в сучасних умовах розвивається, набуває нових рис і вимагає пошуку нових підходів до її здійснення. Це визначається рядом факторів. По-перше, в даний час вона є одним з найважливіших інструментів торгівельної, інвестиційної, промислової та зовнішньоекономічної політики країни. По-друге, міжнародна комунікаційна діяльність набуває якісно нового значення для підтримки вітчизняних товаровиробників, оскільки процес інтеграції змінює умови ведення бізнесу.

У всьому світі міжнародна комунікаційна діяльність підприємств є другим за значенням напрямом маркетингових інвестицій. Тому дослідження даної проблематики є актуальним.

Теоретичні та методичні основи дослідження міжнародної комунікаційної діяльності підприємств становлять роботи вітчизняних і зарубіжних авторів, методичні матеріали науково-практичних конференцій і семінарів в галузі зовнішньоекономічної діяльності, світової економіки, маркетингу, виставкової діяльності, оцінки ефективності зовнішньоекономічної, в тому числі міжнародної комунікаційної діяльності. Теоретичні аспекти міжнародної комунікаційної діяльності представлені в роботах І. Філоненко, Р. Батра, Е. Гусева, А. Зверинцева, М. Мескона, В. Петеліна, Ф. Шаркова, В. Шепеля. До найбільш помітних робіт з теоретичних основ міжнародної комунікаційної діяльності промислових підприємств та

оцінки її ефективності відносяться праці І. Багрової, В. Бережної, А. Бовіна, І. Ковгуна, С. Міллера, А. Пасмурова, Л. Стровського, Л. Яцишина. Праці Н. Бердишева, Н. Бакуніна, С. Віноградова, А. Голови, І. Грищенко, Б. Базарова, К. Сімонова, виступають в якості теоретичної основи з проблем ризиків у зовнішньоекономічній та міжнародній комунікаційній діяльності. Теоретичною базою дослідження в галузі міжнародних ділових комунікацій виступають роботи зарубіжних вчених Д. Адаира, Д. Бернета, С. Блека, Ф. Джефкінса, Д. Доті, Г. Картера, Д. Росситера, У. Уелса, а також праці російських вчених І. Альошина, Г. Бакулева, Б. Борисова, В. Горфинкеля, Л. Грановського, А. Зверинцева, В. Кашкіна, А. Кузякіна, А. Романова, І. Синяєва, Н. Федько, Г. Щербича. Значення міжнародних виставок в завоюванні підприємством позицій на зовнішньому ринку представлено в роботах В. Бережної, Є. Голубіна, Н. Гранкіна, А. Крутика, Л. Назаренко, Д. Олвуда. В якості теоретичної бази з проблем, пов'язаних з організацією міжнародної виставкової діяльності підприємства, розглянуто праці Т. Ананьєва, Г. Захаренко, Л. Кисельова, Я. Критсотакиса, С. Морроу, С. Фрідмана.

Об'єктом дослідження магістерської дипломної роботи є процес управління комунікативною діяльністю підприємства та управлінський супровід міжнародної комунікаційної діяльності ДП «Завод хімічних реактивів».

Предметом дослідження даної дипломної роботи є принципи, методи та механізм організації міжнародної комунікаційної діяльності підприємства, що розвивається в умовах формування системи фармацевтичного ринку, інтенсифікації міжнародних зв'язків та глобалізації економіки.

Метою дипломної роботи є розробка теоретичних засад та надання практичних рекомендацій щодо формування системи управлінського супроводу міжнародної комунікаційної діяльності підприємства.

Відповідно до мети дипломної роботи були поставлені такі завдання: дослідити теоретичну сутність міжнародної комунікаційної діяльності

підприємств; виявити основних суб'єктів міжнародної комунікаційної діяльності та причини їх участі в міжнародних виставкових заходах; розкрити цілі участі підприємств в міжнародних виставках; розглянути міжнародну виставку як засіб маркетингу, що є найбільш ефективним засобом просування нових технологій, високотехнологічної продукції і послуг на світові ринки; визначити класифікацію міжнародних виставок; розглянути тенденції та особливості розвитку міжнародної виставкової діяльності підприємств в Україні та світі; розробити алгоритм участі підприємства у міжнародній виставці; визначити основні показники результативності та ефективності міжнародної виставкової діяльності підприємства; розробити рекомендації щодо вдосконалення процесу управлінського супроводу міжнародної комунікаційної діяльності досліджуваного підприємства.

Вибір методів був обумовлений вимогами найбільш адекватного і повного вирішення завдань на кожному етапі магістерської роботи, а також необхідністю забезпечення достовірності та обґрунтованості отриманих результатів. Залежно від особливостей вирішуваних завдань використовувалися: абстрактно-логічний метод (при постановці мети і задач дослідження, розробці теоретико-методичних засад комунікаційної діяльності); монографічний метод (при вивченні тенденцій сучасного розвитку міжнародного ринку); порівняльний аналіз (при дослідженні розвитку міжнародної комунікаційної діяльності); спостереження (при вивченні практики виставкової діяльності), економіко-математичний метод (при визначенні показників оцінки ефективності та результативності комунікаційної діяльності підприємства).

Практична значущість магістерської дипломної роботи полягає в тому, що теоретичні розробки доведені до практичних положень і рекомендацій, які можуть бути використані промисловими підприємствами в реалізації міжнародної комунікаційної діяльності підприємства.