

**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: "Інноваційний механізм забезпечення міжнародної
конкурентоспроможності підприємства"

Виконала: студентка 2 року навчання,
групи 8.06.07.12.01,
спеціальності 8.03050301 "Міжнародна
економіка"

Зягун А.М.

Керівник: к.е.н., доцент Бондаренко Л.М.

Рецензент: к.е.н. доцент кафедри

міжнародних економічних відносин ХНУ
ім. В.Н. Каразіна

Л. І. Григорова-Беренда

Харків – 2014 рік

РЕФЕРАТ

Формування ринкових відносин у вітчизняній економіці, процеси інтеграції України в європейське і світове співтовариство потребують здійснення змін маркетингової діяльності українськими підприємствами. Успішний вихід підприємства на ринок, його подальше просування неможливі без інтенсивного використання комплексу маркетингових комунікацій, що спрямовується на інформування, переконання, нагадування споживачам про товар, підтримку збуту, а також створення позитивного іміджу підприємства, ефективної реклами, яка є складовою маркетингової комунікації.

Теоретичні й практичні аспекти формування комунікаційної політики на підприємстві відображено в наукових працях таких вітчизняних вчених, як Л. Балабанова, М. Белявцев, В. Герасимчук, В. Гриньова, М. Окландер, П. Перерва та в працях зарубіжних вчених – Г. Асселя, Б. Бермана, Д. Бодді, Е. Дихтля, Д. Джоббера, П. Дойля. Проблемам розвитку маркетингу та його організаційних структур на сучасних підприємствах приділено значну увагу в роботах вітчизняних вчених, серед яких Туницький Н., Циганкова Т., С. Гаркавенко, Дж. Еванс, Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен, В. Руделіус та ін.

Об'єктом дослідження є комунікаційна політика підприємства. Предметом дослідження є теоретико-методичні засади формування комунікаційної політики підприємства на зовнішньому ринку.

Дослідження даної дипломної роботи було проведено на базі ПАТ «Завод «Південкабель».

Метою дослідження є розробка теоретичних засад і практичних рекомендацій щодо удосконалення процесу формування комунікаційної політики підприємства на зовнішньому ринку на прикладі ПАТ «Завод «Південкабель».

Для досягнення сформульованої мети було визначено такі завдання:
розглянути теоретико–методичні засади формування комунікаційної політики підприємства;

проаналізувати стан фінансово-господарської діяльності підприємства ПАТ «Завод «Південкабель»;

розробити рекомендації щодо напрямків удосконалення процесу формування комунікаційної політики підприємства ПАТ «Завод «Південкабель» на зовнішньому ринку;

провести аналіз охорони праці та безпеки в надзвичайних ситуаціях на ПАТ «Завод «Південкабель».

У процесі дослідження використовувалися наступні методи аналізу: методи аналізу та синтезу для дослідження теоретичних основ оцінки інвестиційної привабливості підприємства; систематизації для аналізу визначення дефініції «комунікаційна політика підприємства»; балансовий метод для аналізу фінансової звітності підприємства; графоаналітичний – для наочного зображення результатів дослідження.

Інформаційну базу дослідження склали Закони України, нормативно-правові акти, підручники, наукові публікації з обраної тематики, звітні матеріали об'єкту дослідження, публікації у пресі, власні спостереження.

Практичне значення результатів дипломної роботи виражається в можливості їхнього використання як конкретних рекомендацій щодо процесу формування комунікаційної політики підприємства на зовнішньому ринку.

Дана дипломна робота містить вступ, чотири розділи, резюме, висновки, перелік використаних джерел та додатки.

У першому розділі «Теоретико-методичні засади формування комунікаційної політики підприємства на зовнішньому ринку» досліджено підходи до визначення поняття «комунікаційна політика підприємства»; докладно розглянуто основні методи комунікаційної політики, їх переваги та недоліки; процес формування маркетингової політики комунікацій на зовнішньому ринку.

У другому розділі «Аналіз стану фінансово-господарської діяльності ПАТ «Завод «Південкабель» проведено економічний, фінансовий та аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

У третьому розділі «Розробка заходів щодо удосконалення процесу формування комунікаційної політики підприємства на зовнішньому ринку» обґрунтовано та розроблено напрямки удосконалення процесу формування комунікаційної політики на зовнішньому ринку, а також запропоновано заходи щодо удосконалення комунікаційної політики підприємства на зовнішньому ринку. Також розраховано економічну ефективність обраних заходів.

У четвертому розділі «Охорона праці та безпека в надзвичайних ситуаціях» розглянуто загальний аналіз умов праці на ПАТ «Завод «Південкабель», зроблена оцінка заходів з охорони праці, проведено аналіз можливих надзвичайних ситуацій на підприємстві, зроблені загальні висновки щодо охорони праці та безпеки у надзвичайних ситуаціях на підприємстві.