

**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: «Методи стимулювання збуту в міжнародній маркетинговій діяльності підприємства»

Виконала: студентка 2 року навчання,
групи 8.06.07.13.02,
спеціальності 8.03050301 «Міжнародна
економіка»

Вионг Тхі Тхань Хуєн

Керівник: к.е.н., доцент Вовк В.А.

Рецензент: к.е.н., доц.. Кот О.В.

Харків – 2015 рік

РЕФЕРАТ

В современной экономике управление стимулированием сбыта в предпринимательской деятельности выступает важнейшим атрибутом теории и практики управления продажами. Зарубежные производители активно используют данные управленческие инструменты и с их помощью создают устойчивые конкурентные преимущества своих торговых марок. Возросшая конкуренция вынуждает производителей идти на все большие уступки потребителям и посредникам в сбыте своей продукции и постоянно расширять арсенал технологий и методов управления стимулированием сбыта в международной маркетинговой деятельности предприятия. Одновременно с этим формируется и массовое недоверие к рекламной информации. Поэтому все большее число предпринимателей прибегает к расширению управленческих механизмов стимулирования сбыта, в совокупности позволяющих более эффективно реализовывать маркетинговые стратегии.

Описанные актуальные для нас тенденции вынуждают отечественных производителей осознать насущность решения всего комплекса проблем стимулирования сбыта и, прежде всего, проблем, связанных с использованием эффективных методов управления им.

Все это обуславливает актуальность анализа практического опыта и разработки теоретической концепции управления стимулированием сбыта в международной маркетинговой деятельности предприятия.

Большой вклад в разработку теории и практики управления стимулированием сбыта внесли ученые: Дж. Бернета, Е. Голубков, А. Дейяна, Ф. Котлера, Н. Лисица, С. Мориарти, Д. Огилви, О. Ястремская и ряда других.

Актуальность, теоретическая и практическая значимость вопросов стимулирования сбыта в международной маркетинговой деятельности предприятия обусловили выбор темы дипломной работы, постановку цели и

задач исследования.

Целью дипломной работы является теоретическое обоснование и разработка методических рекомендаций по повышению эффективности стимулирования сбыта в международной маркетинговой деятельности предприятия.

Для достижения поставленной цели были сформулированы и решены следующие задачи:

- а) рассмотреть теоретические аспекты стимулирования сбыта, и его основные инструменты;
- б) обобщить методы стимулирования сбыта в международной маркетинговой деятельности предприятия;
- г) провести комплексный анализ деятельности ГП «Завод химических реактивов»;
- д) определить возможные пути повышения эффективности стимулирования сбыта продукции предприятия на внешнем рынке;
- е) разработать комплекс мероприятий по стимулированию сбыта для ГП «Завод химических реактивов» на внешнем рынке.

Объектом исследования является процесс стимулирования сбыта в международной маркетинговой деятельности предприятия.

Предметом исследования дипломной работы выступают теоретические положения, методические подходы, практические рекомендации по стимулированию сбыта в международной маркетинговой деятельности предприятия.

В процессе исследования использовались следующие методы: метод сравнительного анализа - для сопоставления существующих подходов и методик оценки эффективности стимулирования сбыта продукции предприятия; метод анализа и синтеза - для детализации объекта исследования путем разделения его на отдельные составные части, аналитический метод - для определения состояния предприятия; метод обобщения - для формирования общего вывода.

Практическое значение полученных результатов дипломной работы заключается в разработке предложений и рекомендаций по повышению эффективности стимулирования сбыта в деятельности фармацевтического предприятия.