

**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: «Стратегічне управління міжнародною маркетинговою діяльністю підприємства»

Виконала: студент 2 року навчання,
групи 8.06.07.13.01,
спеціальності 8.03050301 «Міжнародна
економіка»

Лебеденко В.В.

Керівник: к.е.н., доцент Юлегіна І.В.

Рецензент: к.е.н. Андросова Т.В.

Харків – 2015 рік

Роль управління, і особливо стратегічного управління, в міжнародній маркетинговій діяльності особливо велика. Підприємницькі дії і комерційні операції на міжнародних ринках носять, як правило, довгостроковий характер. Вони сполучені з цілим рядом специфічних вимог щодо необхідності проведення великих маркетингових досліджень і обумовлені значними ризиками. Крім того, вони супроводжуються тривалими і ґрунтовними переговорами з бізнесменами різних країн з різною діловою культурою і торговими звичаями. Все це в ще більшій степені ніж при організації маркетингової діяльності на внутрішньому ринку, вимагає спеціального опрацювання, підготовки та розрахунків, тобто не тільки складання стратегії розвитку міжнародної економічної діяльності компанії, але і важливого підготовчого етапу - розробки міжнародної маркетингової програми, яка являє собою пропозиції щодо оптимізації міжнародної діяльності компанії.

Актуальність теми обумовлена тим, що найважливішим завданням ДНВП «Об'єднання КОМУНАР» є встановлення і підтримання динамічної взаємодії з навколишнім середовищем, покликане забезпечити його переваги в конкурентній боротьбі.

Об'єктом дослідження виступає ДНВП «Об'єднання КОМУНАР», яке здійснює виробничу діяльність з випуску товарів оборонного і цивільного значення.

Предметом дослідження є розвиток стратегічного управління міжнародною маркетинговою діяльністю на цьому підприємстві.

Мета даної роботи: розглянути на прикладі ДНВП «Об'єднання КОМУНАР» проблеми є у підприємства з точки зору стратегічного управління міжнародною маркетинговою діяльністю та запропонувати шляхи їх вирішення.

Для досягнення поставленої мети в роботі вирішено комплекс взаємопов'язаних задач:

- 1) розкрити суть міжнародної маркетингової діяльності;

2) вивчити теоретичні основи стратегічного управління міжнародною маркетинговою діяльністю підприємства;

3) провести аналіз підприємницької діяльності ДНВП «Об'єднання КОМУНАР»;

4) розробити пропозиції щодо підвищення ефективності стратегічного управління міжнародною маркетинговою діяльністю на ДНВП «Об'єднання КОМУНАР».

5) розрахувати економічну ефективність запропонованих заходів.

Теоретичною та методологічною основою дослідження послужили законодавчі та нормативні акти України, роботи вітчизняних економістів з досліджуваної проблеми, статистичні матеріали. Для вирішення поставлених у роботі завдань використані такі загальнонаукові методи, як категоріальний, системний підходи, статистичної обробки інформації, економіко-математичного моделювання, аналітико-синтетичний метод дослідження сильних та слабких сторін діяльності – SWOT-аналіз.

В якості джерел інформації використані праці таких вчених, як: Котлер Ф., Оллів'є А., Дайан А., Урсі Р., Еванс Дж.Р., Берман Б., Пашкус Ю.В., Мисько О.Н., Герчикова І.М., Моїсеєва Н.К. та інші присвячених міжнародному маркетингу та управлінню ним, методам розрахунків бюджету на маркетингові заходи, плануванню витрат підприємства і фінансовій звітності підприємства ДНВП «Об'єднання КОМУНАР».