

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи магістра
студента Національної академії статистики, обліку та аудиту

Сотнікова Олексія Володимировича

Тема: «Стратегічне управління маркетингом в багатонаціональних
підприємствах ринку ІТ-послуг»

Загальний обсяг роботи складає 106 сторінок.

Містить 22 таблиці, 7 рисунків, 4 додатки, 65 літературних джерел.

Актуальність дослідження. В умовах нестабільного зовнішнього середовища України, ускладненням внутрішньо-організаційних процесів, виникає необхідність орієнтації підприємства на використання у своїй діяльності комплексу стратегічного управління маркетинговою активністю та всіма складовими маркетингу.

Сучасний ринок характеризується дедалі більшим насиченням ринкового простору інформацією, зростанням її значущості й цінності. В цих умовах суттєво ускладнюються процеси формування попиту й уподобань споживачів, здійснення маркетингового впливу на них. Ефективні маркетингові стратегії покликані не тільки надати споживачеві необхідні знання щодо характеристик і якості товарів і послуг, умов укладення угод, особливостей конкурентної пропозиції, а й викликати прихильність покупців, створити атмосферу емоційного взаєморозуміння, доброзичливості й довіри між виробниками, споживачами, суспільством.

Сучасне стратегічне управління маркетинговою діяльністю багатонаціонального підприємства передбачає застосування різноманітних комунікативних інструментів. Розробка і запровадження ефективних маркетингових стратегій сприяє підвищенню конкурентоспроможності, а також прибутковості багатонаціонального підприємства. Також, це дозволяє вийти багатонаціональному підприємству на економічно новий рівень розвитку і відкриває перспективи реалізувати свої можливості на ринку.

Мета кваліфікаційної роботи – дослідження специфіки стратегічного управління маркетингом в багатонаціональних підприємствах ІТ сфери.

Об'єкт кваліфікаційної роботи – процеси стратегічного управління маркетингом у багатонаціональних підприємствах.

Предмет кваліфікаційної роботи – система стратегічного управління маркетингом багатонаціональних підприємств ринку ІТ-послуг, на прикладі корпорації Netcracker Technology.

Використані методи наукового дослідження. У кваліфікаційній роботі використано наступні методи наукового пізнання: історичний – для дослідження еволюції стратегій менеджменту та маркетингу в багатонаціональних підприємствах; системний – для систематизації елементів комплексу маркетингу багатонаціональних підприємств в сері ІТ; метод аналізу – для оцінки результатів маркетингової діяльності компанії Netcracker Technology на ринку ІТ-послуг; порівняльного аналізу – для порівняння системи стратегічного управління маркетингом основних конкурентів на ринку ІТ-послуг; SWOT-аналіз, матричний аналіз, моніторинг, діагностика, метод експертних оцінок – для оцінки ефективності реалізації стратегій маркетингу та менеджменту в багатонаціональному підприємстві Netcracker Technology.

Наукова новизна одержаних результатів дослідження полягає в формуванні комплексу інструментів удосконалення процесу стратегічного управління маркетингом в багатонаціональних підприємствах в умовах динамічного розвитку ринку ІТ-послуг.

У першому розділі визначено сутність маркетинг-менеджменту в багатонаціональних підприємствах; охарактеризовано складові система маркетингу в багатонаціональних підприємствах; розкрито особливості управління маркетингом багатонаціональних підприємств на ринку ІТ послуг;

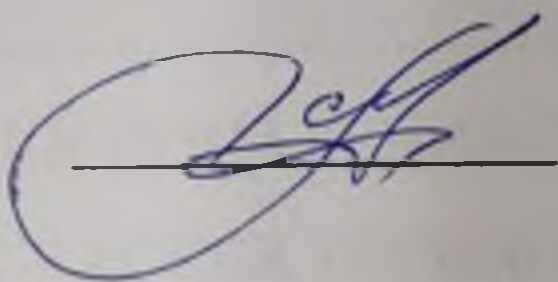
У другому розділі проаналізовано сучасний стан розвитку ринку ІТ-послуг України; досліджено систему маркетингу та менеджменту багатонаціонального підприємства Netcracker Technology; оцінено ефективність реалізації стратегій маркетингу та менеджменту в багатонаціональному підприємстві Netcracker Technology.

У третьому розділі обгрунтовано проблеми управління маркетингом в міжнародних ІТ компаніях; запропоновано шляхи удосконалення процесу стратегічного управління маркетингом в багатонаціональному підприємстві Netcracker Technology.

Практичне значення одержаних результатів. Практичне значення роботи полягає в тому, що за результатами дослідження сформульовані пропозиції щодо удосконалення процесу стратегічного управління маркетингом для міжнародної ІТ корпорації Netcracker Technology, які можуть бути використані в поточній діяльності компанії для удосконалення існуючих стратегії маркетингу та менеджменту, а також для стратегічного управління в цілому.

Ключові слова: багатонаціональне підприємство, міжнародний бізнес, корпорація, маркетинг-менеджмент, стратегічне управління; міжнародні маркетингові стратегії, ефективність стратегічного управління маркетингом, багатонаціональна маркетингова стратегія, мультинаціональна маркетингова стратегія, глобальний маркетинг-менеджмент.

Студент



О. В. Сотніков