

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи магістра

студента Національної академії статистики, обліку та аудиту

Зайцева Артемія Руслановича

Тема: **«Маркетингові технології як фактор підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства»**

Загальний обсяг роботи складає 104 сторінки.

Містить 12 таблиць, 7 рисунків, 61 літературне джерело.

Актуальність дослідження. Сучасна світова економіка зазнає істотних змін під впливом багатьох світових тенденцій, зокрема, глобалізації та інтернаціоналізації, загострення конкуренції і появу у деяких секторах економіки такого явища як гіперконкуренція, швидких змін потреб споживачів та поширення сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, орієнтації на інноваційну модель розвитку суспільства тощо.

Сучасні товарні ринки характеризуються гострою конкуренцією і тому маркетингова діяльність підприємств на міжнародних ринках вимагає постійного застосування маркетингових технологій під час яких вивчають смаки, потреби, поведінку споживачів, починають розуміти, які мотиви спонукають споживачів здійснити покупки. Використання міжнародних технологій вимагає від підприємств додаткових знань та навиків, додаткових коштів, методичного забезпечення. Підприємства постійно стикаються із взаємообумовленими змінами на макро- та мікроекономічних рівнях, внаслідок чого виникати труднощі у порівнянні результатів дослідження. Тому вивчення специфіки здійснення маркетингових технологій у зовнішньоекономічній діяльності підприємства на міжнародних ринках є назрілим і мають теоретичне та практичне значення, що визначає актуальність теми даної кваліфікаційної роботи.

Мета кваліфікаційної роботи – дослідження науково-теоретичних та науково-методологічних принципів впровадження маркетингових технологій

сучасним підприємством на міжнародному ринку та оцінка застосованих маркетингових комунікацій підприємством ТОВ «Роменський завод продтоварів».

Об'єкт кваліфікаційної роботи – процес використання підприємством маркетингових технологій.

Предмет кваліфікаційної роботи – ефективність застосування маркетингових технологій у зовнішньоекономічній діяльності підприємства.

Використані методи наукового дослідження. У кваліфікаційній роботі були застосовані методи таких економічних досліджень, як системний і абстрактно-логічний для теоретико-методичного узагальнення; систематизації і класифікації, групування, при аналізі господарської зовнішньоекономічної діяльності підприємства; описовий та порівняльний методи, статистичний метод обробки даних для аналізу і прогнозування подальшого розвитку підприємства в галузі; табличний та графічний методи для наочної демонстрації отриманих даних.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у поглибленні науково-теоретичних положення щодо особливостей застосування маркетингових технологій підприємством у зовнішньоекономічній діяльності, уточнено та систематизовано маркетингові технології, що застосовується на зовнішніх ринках, обґрунтовано необхідність їх впровадження та визначено вплив маркетингових комунікаційних заходів на ефективність діяльності підприємства.

У першому розділі розкрито теоретичні та методологічні засади процесу створення маркетингових технологій, проаналізовано складові та особливості здійснення маркетингових технологій на міжнародних ринках, а також досліджено публікації зарубіжних і вітчизняних авторів щодо визначення їх сутності та класифікації.

У другому розділі досліджено питання застосування маркетингових технологій та проаналізовано комунікаційну політику конкретного суб'єкта господарської діяльності – підприємства ТОВ «Роменський завод продтоварів».

У третьому розділі автором розроблено та запропоновано комплекс заходів щодо підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Роменський завод продтоварів».

Практичне значення результатів дослідження полягає в обґрунтуванні необхідності впровадження і використання маркетингових технологій в організацію та управління діяльністю досліджуваного підприємства на зовнішніх ринках. Сформовані принципи застосування сучасних маркетингових технологій та висновки дослідження можуть бути використані досліджуваним підприємством на внутрішньому та зовнішніх ринках з метою підвищення ефективності.

Ключові слова: маркетингові технології, маркетингові комунікації, зовнішні ринки, міжнародний ринок, комплекс маркетингу, комунікаційні технології, реклама, зовнішньоекономічна діяльність, ефективність зовнішньоекономічної діяльності.

Студент

А.Р. Зайцев