

Міністерство освіти і науки України
Державний торговельно-економічний університет
Вінницький торговельно-економічний інститут
Кафедра економіки та міжнародних відносин

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Корпоративна культура фірми у створенні
міжнародної маркетингової стратегії»

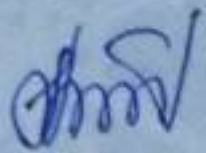
(за матеріалами Товариства з обмеженою відповідальністю
«САБАРОВ-ТРАК», м. Вінниця)

Здобувача вищої освіти
2 курсу, групи МЕ-21д(м),
спеціальності 051 «Економіка»
освітньої програми
«Міжнародна економіка»
денної форми навчання



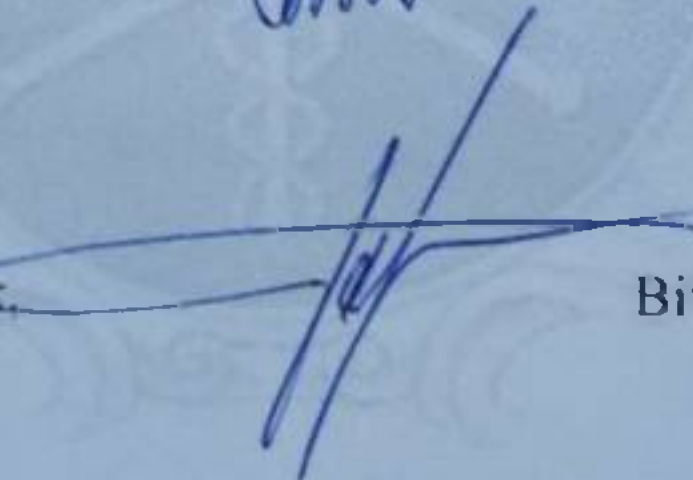
Сергія КРИВОГО

Науковий керівник
кандидат економічних наук,
доцент



Оксана МЕЛЬНИЧУК

Гарант освітньої програми
кандидат економічних наук,
доцент



Віктор ГАРБАР

Вінниця 2022

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ФІРМИ У СТВОРЕННІ МІЖНАРОДНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ	5
1.1. Сутність та значення корпоративної культури фірми у створенні міжнародної маркетингової стратегії	5
1.2. Методичні положення щодо дослідження корпоративної культури	12
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ТОВ «САБАРОВ - ТРАК»	18
2.1. Організаційно-економічна характеристика ТОВ «САБАРОВ - ТРАК»	18
2.2. Аналіз та оцінка ролі корпоративної культури фірми у створенні міжнародної маркетингової стратегії	27
РОЗДІЛ 3. Удосконалення корпоративної культури міжнародної фірми	34
3.1. Напрями формування та розвитку корпоративної культури фірми у створенні міжнародної маркетингової стратегії	34
3.2. Інструменти формування корпоративної культури в міжнародному бізнес-середовищі	40
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	54
ДОДАТКИ	58