

# РЕШЕНИЕ О СТРУКТУРЕ СЛУЖБЫ МАРКЕТИНГА



# 1. Организация предприятия в сфере международного маркетинга

Различают три степени организации  
маркетинга:

- экспортный отдел;
- международное отделение;
- многонациональная организация.

# 1. Организация предприятия в сфере международного маркетинга

Деятельность предприятия в области международного маркетинга может быть организована по принципу:

- разделения функций маркетинга;
- географических зон (регионов);
- товарных групп;
- комбинированная структура.

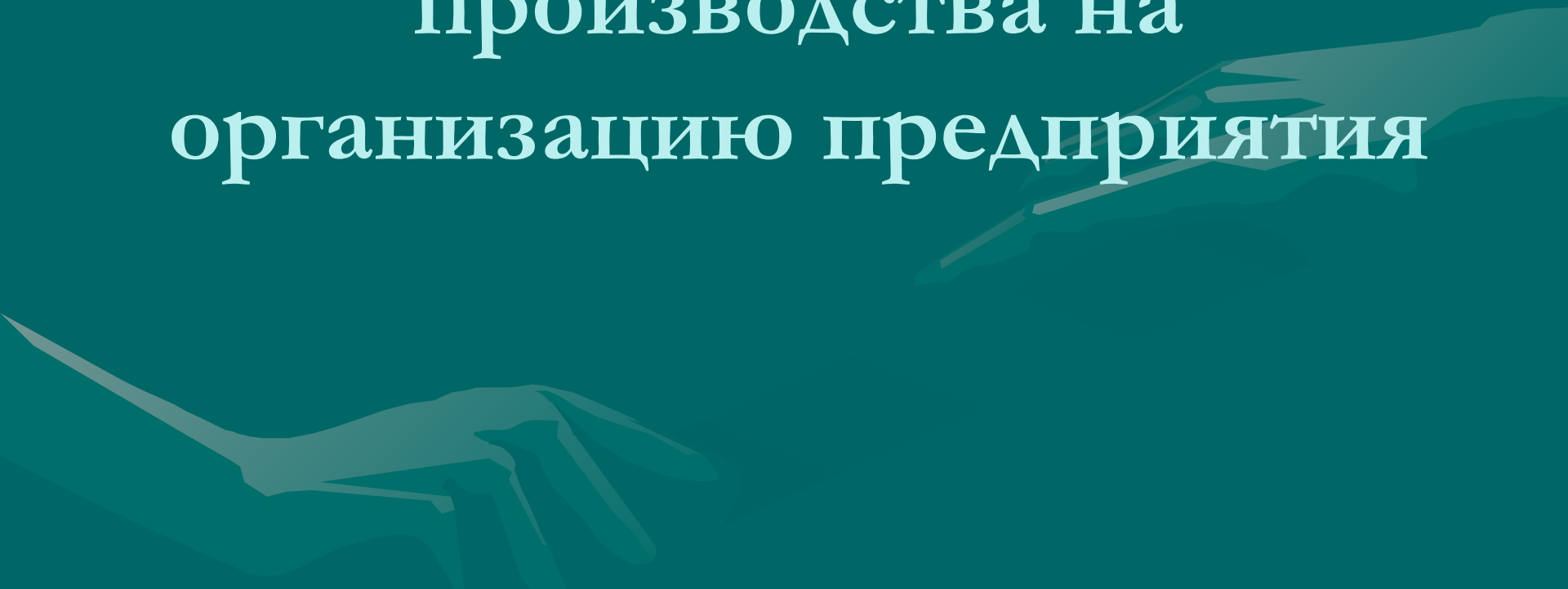
# Эволюция организационной структуры компании при развитии и интернационализации

Фаза интернационализации	Организационные изменения
Начало экспорта	Нет изменений
Развитие экспорта	Секретарь по экспорту
Развитый экспорт	Управляющий по экспорту
Начало «операций» Развитие «операций» Развитые «операций»	Отдел зарубежных операций

# Эволюция организационной структуры компании при развитии и интернационализации

Фаза интернационализации	Организационные изменения
Координация	Зарубежное отделение
Интеграция	Зарубежная компания

# 2. Влияние интернационализации производства на организацию предприятия

A faint, stylized illustration of two hands shaking is visible in the background, positioned behind the main text. The hands are rendered in a light, semi-transparent teal color, matching the overall theme of the slide.

# Сравнительные характеристики глобальной и многонациональной компаний.

Характеристика	Многонациональная компания	Глобальная компания
ЖЦТ	На разных стадиях на каждом национальном рынке	Глобальный ЖЦТ
Конструкция	Изменение относительно товара для собственного рынка	Международные критерии в процессе проектирования

# Сравнительные характеристики глобальной и многонациональной компаний.

Характеристика	Многонациональная компания	Глобальная компания
Адаптация	Необходима соответственно национальным отличиям	Приспособление к глобальным желаниям и нуждам
Сегментация рынка	Продукт для каждого сегмента	Сегменты похожих групп



# Сравнительные характеристики глобальной и многонациональной компаний.

Характеристика	Многонациональная компания	Глобальная компания
Конкуренция	Определяется собственным рынком	Зависит от глобальной позиции фирмы
Производство	Стандартизация лимитируется адаптацией товара к национальным вкусам	Глобальная стандартизация продукции

# Сравнительные характеристики глобальной и многонациональной компаний.

Характеристика	Многонациональная компания	Глобальная компания
Покупатель	Отражает национальные отличия	Глобальная конвергенция нужд и желаний покупателей
Продукт	Товар дифференцирован на основе базисного варианта	Акцент на повышение полезности и отличительности

# Сравнительные характеристики глобальной и многонациональной компаний.

Характеристика	Многонациональная компания	Глобальная компания
Цена	Покупатель готов платить больше за привычный продукт	Покупатель предпочитает глобально стандартизированный продукт, если он по низкой цене

# Сравнительные характеристики глобальной и многонациональной компаний.

Характеристика	Многонациональная компания	Глобальная компания
Продвижение	Национальный имидж продукта	Отражает глобальные нужды
Распределение	Национальные каналы распределения	Глобальная стандартизация распределения