

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра международного менеджмента

Ван Цзыян

**Анализ влияния международной маркетинговой среды на эффективность
работы предприятия (на примере "Huawei")**

Магистерская диссертация
специальность 1–25 80 01 Экономика

Научный руководитель
Грек Наталья Георгиевна
кандидат экономических наук, доцент

Допущена к защите
« ____ » _____ 2021 г.
Зав. кафедрой _____
Карпенко Елена Михайловна
д.э.н, профессор

Минск, 2021

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Магистерская диссертация: 76 с., 6 рис., 10 табл., 44 источника, 2 прил.

МЕЖДУНАРОДНАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ СРЕДА, КОНКУРЕНЦИЯ,
SWOT-АНАЛИЗ, PEST-АНАЛИЗ, HUAWEI

Объект исследования – предприятие Huawei.

Предмет исследования – влияние международной маркетинговой среды на деятельность предприятия.

Цель работы – провести АНАЛИЗ влияния международной маркетинговой среды на деятельность предприятия "Huawei" И РАЗРАБОТАТЬ МЕРОПРИЯТИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ЕГО МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ

Методы исследования: общенаучные (анализа, синтеза, индукции, дедукции, классификации), системного и сравнительного анализа, SWOT-анализ, PEST-анализ.

В процессе выполнения работы проведены следующие исследования (разработки): рассмотрено понятие международной маркетинговой среды предприятия; проведена оценка международной маркетинговой среды развития компании Huawei; разработаны направления совершенствования маркетинговой стратегии на международных рынках компании Huawei.

Элементы научной новизны: определены маркетинговые мероприятия по продвижению компании на рынок Республики Беларусь.

Область возможного практического применения: маркетинговая деятельность компании Huawei.

Автор работы подтверждает, что приведенный в работе расчетно-аналитический материал объективно отражает состояние исследуемого процесса (разрабатываемого объекта), все заимствованные из литературных источников теоретические и методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

(подпись)

GENERAL DESCRIPTION OF WORK

Master's thesis: 76 p., 6 Fig., 10 table., 44 sourcef, 2 adj.

INTERNATIONAL MARKETING ENVIRONMENT, COMPETITION,
SWOT ANALYSIS, PEST ANALYSIS, HUAWEI

Object of research-Huawei enterprise.

The subject of the research is the influence of the international marketing environment on the company's activities.

The purpose of the work is to analyze the impact of the international marketing environment on the activities of the Huawei enterprise and develop areas for improvement.

Research methods: General scientific (analysis, synthesis, induction, deduction, classification), system and comparative analysis, SWOT analysis, PEST analysis.

In the course of the work, the following research (development) was carried out: the concept of the international marketing environment of the enterprise is considered; the assessment of the international marketing environment of Huawei development is carried out; directions for improving the marketing strategy in the international markets of Huawei are developed.

Elements of scientific novelty: identified marketing activities to promote the company to the market of the Republic of Belarus.

Possible practical application: marketing activities of Huawei.

The author confirms that the computational and analytical material presented in the paper objectively reflects the state of the process under study (the object being developed), all theoretical and methodological provisions and concepts borrowed from literary sources are accompanied by references to their authors.