

**STATE EDUCATIONAL ESTABLISHMENT
"SCHOOL OF BUSINESS OF THE BELARUSIAN STATE UNIVERSITY"**

DEPARTMENT OF BUSINESS ADMINISTRATION

Thesis abstract

**DEVELOPMENT OF A MARKETING STRATEGY FOR E-COMMERCE
ORGANIZATION (BASED ON A CASE STUDY OF TAOBAO)**

MA Kunpeng

Supervisor
Gopka Elene Aleksyeevna
Senior lecturer

Minsk, 2023

ABSTRACT

Thesis: 69p., 11 figures, 13 tables, 35 sources, 5 app.

MARKETING STRATEGY, PLANNING, E-COMMERCE, SWOT, ECONOMIC EFFICIENCY

The aim of the study is to develop a marketing strategy and to provide recommendations on improvement of marketing process at Taobao

Object of the study: Taobao online store

Subject of the study: marketing strategy of Taobao

Research methods: interviewing, direct observation, archival research, SWOT-analysis.

Research and development: the paper investigates theoretical background and significance of marketing of business activities and its methodological approaches; reviews and evaluates the internal and external environment of Taobao and its competitive positioning on the market; develops and investigates marketing options for Taobao; proposes possible economically grounded strategies Taobao can develop and implement; and provides recommendations on the viable ways to improve strategic planning at Taobao.

Elements of scientific novelty: proposed and justified need for marketing strategy.

Application field: marketing at e-commerce organizations.

Technological- economic, social significance: practical implementation of the results of the study in marketing can effectively contribute to improvement of marketing strategy and, as a result, economic efficiency of operations and activities at Taobao.

The author acknowledges that materials used in the paper correctly and objectively present the case, and all cited sources are referenced to their original authors.

(student's signature)

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 69 с., 11 рис., 13 табл., 35 источников, 5 прил.
МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, ПЛАНИРОВАНИЕ, ЭЛЕКТРОННАЯ
КОММЕРЦИЯ, SWOT, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Цель исследования — разработать маркетинговую стратегию и дать рекомендации по улучшению маркетингового процесса на «Таобао».

Объект исследования: онлайн магазин «Таобао»

Предмет исследования: маркетинговая стратегия «Таобао».

Методы исследования: интервьюирование, непосредственное наблюдение, архивное исследование, SWOT-анализ.

Исследования и разработки: в статье исследуются теоретические основы и значение маркетинга предпринимательской деятельности и его методологических подходов; рассматривает и оценивает внутреннюю и внешнюю среду «Таобао» и ее конкурентное положение на рынке; разрабатывает и исследует варианты маркетинга для «Таобао»; предлагает возможные экономически обоснованные стратегии, которые Таобао может разработать и реализовать; и предоставляет рекомендации по эффективным способам улучшения стратегического планирования в «Таобао».

Элементы научной новизны: предлагаемые и обоснованные меры по разработке маркетинговой стратегии.

Область возможного практического применения: маркетинг в организациях электронной коммерции.

Техническо-экономическая и социальная значимость проведенного исследования: практическое внедрение результатов исследования в маркетинг может эффективно способствовать совершенствованию маркетинговой стратегии и, как следствие, экономической эффективности операций и деятельности «Таобао».

Автор признает, что материалы, использованные в статье, правильно и объективно излагают дело, а все цитируемые источники имеют ссылки на их первоначальных авторов.

(подпись студента)