

**Белорусский государственный университет
Экономический факультет
Кафедра международного менеджмента**

Реферат к дипломной работе

**«Комплексные маркетинговые исследования при выходе предприятия
на международные рынки»**

**Ермак Мария Анатольевна
Научный руководитель: к.э.н, доцент Е.А. Семак**

2014 г.

РЕФЕРАТ

Ермак Мария Анатольевна
«Комплексные маркетинговые исследования при выходе
предприятия на международные рынки»

Дипломная работа: 110 с., 13 рис., 13 табл., 52 источника, 12 прил.

Ключевые слова: МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, КОМПЛЕКСНЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, КАБИНЕТНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, МАКРОСРЕДА (МИКРОСРЕДА) ОРГАНИЗАЦИИ, ТОВАРОПРОВОДЯЩАЯ СЕТЬ.

Объект исследования – международные комплексные маркетинговые исследования.

Цель исследования: разработка мероприятий по выходу предприятия на международные рынки, а также системы маркетинговых исследований для эффективного анализа зарубежных рынков при их отборе во ВЭД.

Методы исследования: кабинетные исследования, сравнительного анализа и синтеза, функционального и динамического анализа, научных абстракций, дедукции и индукции, логический, графический.

Полученные результаты и их новизна: проведен анализ деятельности ОАО «МАЗ», а также его положения на внутреннем и зарубежных рынках. Представлено маркетинговое исследование, по результатам которого даны рекомендации по дальнейшему освоению зарубежных рынков рассматриваемым предприятием.

Область возможного практического применения: выявление возможных направлений усовершенствования мероприятий по успешному выходу на международные рынки.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

(подпись студента)

РЭФЕРАТ

Ермак Марыя Анатольеўна
«Комплексныя маркетынжавыя даследаванні пры выхадзе
прадпрыемства на міжнародныя рынкі»

Дыпломная праца: 110 с., 13 мал., 12 табл., 52крыніцы, 12прыкл.

Ключавыя словы: МАРКЕТЫНГАВЫЯ ДАСЛЕДАВАННІ, КОМПЛЕКСНЫЯ МАРКЕТЫНГАВЫЯ ДАСЛЕДАВАННІ, ЗНЕСНЕЭКАНАМІЧНАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, КАБІНЕТНЫЯ ДАСЛЕДАВАННІ, МАКРААСЯРОДДЗЕ (МІКРААСЯРОДДЗЕ) АРГАНІЗАЦЫІ, ТАВАРАПРАВODНАЯ СЕТКА.

Аб'ект даследавання – міжнародныя комплексныя маркетынжавыя даследаванні.

Мэта даследавання: распрацоўка мерапрыемстваў па выхадзе прадпрыемства на міжнародныя рынкі, а таксама сістэмы маркетынжавых даследаванняў для эфектыўнага аналізу замежных рынкаў пры іх адборы ва ЗЭД.

Метады даследавання: кабінетныя даследаванні, параўнальнага аналізу і сінтэзу, функцыянальнага і дынамічнага аналізу, навуковых абстракцый, дэдукцыі і індукцыі, лагічны, графічны.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: праведзены аналіз дзейнасці ААТ "МАЗ", а таксама яго становішча на ўнутраным і замежных рынках. Прадстаўлена маркетынгавае даследаванне, па выніках якога дадзены рэкамендацыі па далейшым засваенні замежных рынкаў, разгледаным прадпрыемствам.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: выяўленне магчымых напрамкаў ўдасканалення мерапрыемстваў па паспяховаму выхадзе на міжнародныя рынкі.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова – аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя становішча і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

(подпіс студэнта)

ANNOTATION

Yermak Maria Anatolievna

«Comparative analysis of investment climate of the Republic of Belarus and the Republic of Poland»

Degree paper: 110c., 13 ill., 13 tab., 52 sources, 12 app.

Key words: MARKETING RESEARCH, COMPLEX MARKETING RESEARCH, FOREIGN TRADE, DESK RESEARCH, MACROENVIRONMENT (MICROENVIRONMENT) OF ORGANIZATION, DISTRIBUTION NETWORK.

Object of research – complex international marketing research.

Purpose of research: development of measures to overcome the enterprise for international roars and system of marketing research for the efficient analysis of foreign markets for their selection of EEA.

Research methods: desk research, functional and dynamic analysis, scientific abstractions, deduction and induction, graphical.

Obtained results and their novelty: analysis of activity of JSC «MAZ», an analysis of its position in the domestic and overseas markets. Submitted by market research, recommended for the further exit to foreign markets JSC «MAZ».

Area of possible practical application: identify possible areas of improvement measures for successful entry into international markets.

The author of the work confirms that computational and analytical material presented in it correctly and objectively reproduces the picture of investigated process, and all the theoretical, methodological and methodical positions and concepts borrowed from literary and other sources are given references to their authors.