

**Белорусский государственный университет
Факультет международных отношений**

Кафедра международных экономических отношений

Реферат дипломной работы

**«Обоснование оптимальной маркетинговой стратегии белорус-
ских компаний при выходе на зарубежные рынки»**

Берестова Евгения Александровна,

руководитель Людмила Александровна Климович

2016

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 90 с., 33 рис., 37 табл., 63 источника, 2 прил.

Ключевые слова: ОПТИМАЛЬНАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, ВНУТРЕННЯЯ СРЕДА ОРГАНИЗАЦИИ, ВНЕШНЯЯ СРЕДА ОРГАНИЗАЦИИ, ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ, АНАЛИЗ РЫНКА, ТУРИСТИЧЕСКАЯ УСЛУГА, КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА, SWOT-АНАЛИЗ.

Объект исследования – оптимальная маркетинговая стратегия предприятия при выходе на зарубежный рынок.

Методы исследования: сравнительного анализа, статистического анализа, индукции, логически-исторический, графический.

Полученные результаты и их новизна: алгоритм формирования оптимальной маркетинговой стратегии предприятия при выходе на зарубежный рынок на базе анализа внешней и внутренней среды, характеристики товара/услуги, целевой аудитории, основанный на сопоставлении ряда качественных и количественных факторов.

Область возможного практического применения: разработка и формирование оптимальной маркетинговой стратегии при выходе на зарубежный рынок для белорусских предприятий туристического сектора услуг.

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.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: 90 с., 33 мал. , 37 табл., 63 крыніцы, 2 прыкл.

Ключавыя словы: АПТЫМАЛЬНАЯ МАРКЕТЫНГАВАЯ СТРАТЭГІЯ, АНАЛІЗ УНУТРАННЯГА АСЯРОДДЗЯ, АНАЛІЗ ЗНЕШНЯГА АСЯРОДДЗЯ, МЭТАВАЯ АЎДЫТОРЫЯ, АНАЛІЗ РЫНКУ, ТУРЫСТЫЧНАЯ ПАСЛУГА, КОМПЛЕКС МАРКЕТЫНГА ПАСЛУГ, SWOT-АНАЛІЗ.

Аб'ект даследавання – аптымальная маркетынговая стратэгія прадпрыемства пры выхадзе на замежны рынак.

Метады даследавання: параўнальнага аналізу, статыстычнага аналізу, індукцыі, лагічна-гістарычны, графічны.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: магчымы алгарытм фарміравання аптымальнай маркетынгавай стратэгіі прадпрыемства пры выхадзе на замежны рынак на базе аналізу знешняга і ўнутранняга асяроддзя, характарыстыкі тавару/паслугі, мэтавай аўдыторыі, заснаваны на супастаўленні шэрагу якасных і колькасных фактараў.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: распрацоўка і фарміраванне аптымальнай маркетынгавай стратэгіі пры выхадзе на замежны рынак для беларускага прадпрыемства турыстычнага сэктара паслуг.

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.

ANNOTATION

Degree paper: 90 p., 33 ill., 37 tab., 63 sources, 2 app.

Key words: OPTIMAL MARKETING STRATEGY, INTERNAL ENVIRONMENT OF THE ORGANIZATION, EXTERNAL ENVIRONMENT OF THE ORGANIZATION, TARGET AUDIENCE, MARKET ANALYSIS, TOURISM SERVICES, COMPLEX MARKETING SERVICES, SWOT-ANALYSIS.

Object of research – optimal marketing strategy of a company entering the foreign market.

Purpose of research: to create a possible algorithm of the formation of the optimal; marketing strategy.

Research methods: comparative analysis, statistics analysis, induction, graphical.

Obtained results and their novelty: possible ways to form the optimal marketing strategy of the company entering the foreign market on the basis of the analysis of internal and external environment, the characteristics of the goods/services, target audience, based on a comparison of a number of qualitative and quantitative factors.

Area of possible practical application: development and formation of the optimal marketing strategy entering the foreign market for Belarusian companies of the tourism sector.

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.