

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Кафедра международных экономических отношений

Аннотация к дипломной работе

**«МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ ВЫХОДА БЕЛОРУССКИХ
КОМПАНИЙ НА ВНЕШНИЕ РЫНКИ»**

Авин Иван Александрович

Научный руководитель – кандидат экономических наук, доцент
Климович Л.А.

Минск, 2018

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 70 с., 11 рис., 15 табл., 45 источников.

Ключевые слова: МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, ВНЕШНИЕ РЫНКИ, БЕЛОРУССКИЕ КОМПАНИИ, МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ, ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА, КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА.

Объект исследования – стратегии выхода компаний на зарубежные рынки.

Методы исследования: сравнительного анализа и синтеза, функционального и динамического анализа, научной абстракции, дедукции и индукции, логически-исторический, графический.

Полученные результаты и их новизна: возможные пути совершенствования маркетинговых стратегий белорусских компаний при выходе на зарубежные рынки, основанные на сопоставлении ряда качественных и количественных факторов.

Область возможного практического применения: выявление возможных направлений совершенствования маркетинговой деятельности компаний Республики Беларусь.

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: 70 с., 11 мал., 15 табл., 45 крыніц.

Ключавыя словы: МАРКЕТЫНГАВАЯ СТРАТЭГІЯ, ЗНЕШНІЯ РЫНКІ, БЕЛАРУСКІЯ КАМПАНІІ, МІЖНАРОДНЫ МАРКЕТЫНГ, ДАСЛЕДАВАННЕ РЫНКУ, КОМПЛЕКС МАРКЕТЫНГУ.

Аб'ект даследавання – стратэгіі выхаду кампаній на замежныя рынкі.

Метады даследавання: параўнальнага аналізу і сінтэзу, функцыянальнага і дынамічнага аналізу, навуковай абстракцыі, дэдукцыі і індукцыі, лагічна-гістарычны, графічны.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: магчымыя шляхі ўдасканалення маркетынговых стратэгій беларускіх кампаній пры выхадзе на замежныя рынкі, заснаваныя на супастаўленні шэрагу якасных і колькасных фактараў.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: выяўленне магчымых напрамкаў удасканалення маркетынгавай дзейнасці кампаній Рэспублікі Беларусь.

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

ABSTRACT

Degree paper: 70 p., 11 fig., 15 tab., 45 sources.

Key words: MARKETING STRATEGY, FOREIGN MARKETS, BELARUSIAN COMPANIES, INTERNATIONAL MARKETING, RESEARCH OF THE MARKET, MARKETING COMPLEX.

Object of research – the companies strategy of entering foreign markets.

Research methods: comparative analysis and synthesis, functional and dynamic analysis, scientific abstraction, deduction and induction, logical-historical, graphic.

Results reached and their novelty: possible ways to improve marketing strategies of Belarusian companies when entering foreign markets, based on a comparison of a number of qualitative and quantitative factors.

Area of possible practical application: identification of possible directions for improving marketing activities of companies of the Republic of Belarus.

The author of the work confirms that resulted in her settlement and analytical materials correctly and objectively reflects the state of the test process, and all borrowed from literature and other sources of theoretical, methodological and methodical positions and concepts are accompanied by references to their authors.