

MINISTRY OF EDUCATION OF REPUBLIC OF BELARUS
BELARUSIAN STATE UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
International Management Department

CHEN, Yi

**THE MARKETING ACTIVITIES OF INTERNATIONAL COMPANIES
(ON THE EXAMPLE OF “XIAOMI TECHNOLOGY CO., LTD.”)**

Master's Thesis
Speciality 1-25 80 01 Economics

Supervisor _____

Olga Zhukovskaya
PhD, Associate Professor

Allowed to be defended
«____» _____ 2021 г.
Head of the Department

E.M. Karpenka
Doctor Professor

Minsk, 2021

ABSTRACT

The work contains: 99 p., 31 figures, 17 tables, 554 sources, 4 appendixes.

Key words: MARKETING, MARKETING ACTIVITIES, INTERNATIONAL COMPANY, INTERNATIONAL MARKET, E-COMMERCE

The goal of the master's thesis is to develop the ways to improve the marketing activities of the company "Xiaomi Technology Co., Ltd." on the international market.

Research methodology: description, systematization, comparative analysis, statistical and SWOT-analysis, economic and mathematical methods.

The main results.

- 1) The master's thesis reveals the author's definition of marketing.
- 2) The analysis showed that the Xiaomi in its competition uses a business model that reduces its costs and generates profit.
- 3) An analysis of the marketing activities of Xiaomi showed that company sells its products at a very low price through the use of the following mechanisms: refusal to sell through various.
- 5) It is suggested to develop a software for the site; ensure that the page is constantly loaded on the site's functionality; introduce new services in the form of applications for Android and IOS; establish SEO promotion; organize the promotion of the online store in social networks in Wechat, Contact and Facebook.

АННОТАЦИЯ

Работа содержит: 99 с., 31 рисунок, 17 таблиц, 554 источника, 4 приложения.

Ключевые слова: МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, МЕЖДУНАРОДНАЯ КОМПАНИЯ, МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК, ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ.

Целью магистерской работы является разработка способов улучшения маркетинговой деятельности компании «Xiaomi Technology Co., Ltd.» на международном рынке.

Методология исследования: описание, систематизация, сравнительный анализ, статистический и SWOT-анализ, экономико-математические

Основные результаты.

- 1) В магистерской работе раскрывается авторское определение маркетинга.
- 2) Анализ показал, что Xiaomi в своих конкурентах использует бизнес-модель, которая снижает затраты и приносит прибыль.
- 3) Анализ маркетинговой деятельности Xiaomi показал, что компания продает свою продукцию по очень низкой цене за счет использования следующих механизмов: отказ от продажи через различные.
- 5) Предлагается разработать программное обеспечение для сайта; обеспечить постоянную загрузку страницы по функционалу сайта; внедрять новые сервисы в виде приложений для Android и IOS; наладить SEO продвижение; организовать продвижение интернет-магазина в социальных сетях в Wechat, Contact и Facebook.