

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ
БЕЛАРУСЬ**

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Кафедра международных экономических отношений

Аннотация дипломной работы

**МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ ВЫХОДА БЕЛОРУССКИХ
КОМПАНИЙ НА ЗАРУБЕЖНЫЕ РЫНКИ**

МАШЕРО

Анастасия Сергеевна

Научный руководитель - доктор экономических наук, профессор
Данильченко А.В.

Минск, 2023

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 118 с., 17 рис., 21 табл., 50 источников, прил. – нет

Ключевые слова: МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, ФОРМЫ ВЫХОДА НА ЗАРУБЕЖНЫЕ РЫНКИ, ВНУТРЕННЯЯ СРЕДА ОРГАНИЗАЦИИ, ВНЕШНЯЯ СРЕДА ОРГАНИЗАЦИИ, КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА КОМПАНИИ.

Объект исследования: маркетинговая стратегия компании

Цель исследования: изучение тенденций развития мирового рынка мобильных игр и разработка маркетинговой стратегии выхода на рынок Японии компании по разработке мобильных игр Altwolf Software

Методы исследования: сравнительный анализ, моделирование, анализ статистических и эмпирических данных, гипотез, теорий и литературы по теме исследования, обобщение, анализ опросов и метод экспертных оценок

Полученные результаты и их новизна: рекомендации в сфере разработки и реализации маркетинговой стратегии выхода на зарубежные рынки для компаний по разработке мобильных игр, соответствующие современным тенденциям развития рынка

Область возможного практического применения: разработка и реализация маркетинговой стратегии выхода компании на зарубежный рынок

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

Дыпломная праца: 118 с., 17 мал., 21 табл., 50 крыніц, прыкл. – няма

Ключавыя словы: МАРКЕТЫНГАВАЯ СТРАТЭГІЯ, ФОРМЫ ВЫХАДУ НА ЗАМЕЖНЫЯ РЫНКІ, АНАЛІЗ УНУТР АННЯГ А АСЯРОДДЗЯ, АНАЛІЗ ЗНЕШНЯГА АСЯРОДДЗЯ, КОМПЛЕКС МАРКЕТЫНГА ФІРМЫ.

Аб'ект даследавання: маркетынговая стратэгія кампаніі.

Мэта даследавання: даследванне тэндэнцый развіцця сусветнага рынку мабільных гульняў і распрацоўка маркетынгавай стратэгіі выхаду на рынак выхаду на рынак Японіі кампаніі па распрацоўцы мабільных гульняў Altwolf Software.

Метады даследавання: параўнальны аналіз, мадэляванне, аналіз статыстычных і эмпірычных дадзеных, гіпотэз, тэорый і літаратуры па тэме даследавання, абагульненне, аналіз апытанняў і метадаў экспертных адзнак

Атрыманыя вынікі і іх навізна: рэкамендацыі ў сферы распрацоўкі і рэалізацыі маркетынгавай стратэгіі выхаду на замежныя рынкі для кампаній па распрацоўцы мабільных гульняў, якія адпавядаюць сучасным тэндэнцыям развіцця рынку

Вобласць магчымага практычнага прымянення: рэалізацыя маркетынгавай стратэгіі выхаду кампаніі на замежны рынак і інтэграцыя стратэгіі ў маркетынговую праграму прадпрыемства

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

Degree paper: 118 p., 17 ill., 21 tab., 50 sources, app. – no

Key words: MARKETING STRATEGY, ENTRY MODES TO FOREIGN MARKETS, THE INTERNAL ENVIRONMENT OF THE ORGANIZATION, THE EXTERNAL ENVIRONMENT OF THE ORGANIZATION, THE MARKETING MIX.

Object of research: marketing strategy of the company

Purpose of research: studying the trends of the world mobile games market and development of marketing strategy for entering the market of Japan by Altwolf Software mobile games developing company

Research methods: comparative analysis, modeling, analysis of statistical and empirical data, hypotheses, theories and literature on the topic of research, generalization, survey analysis and method of expert evaluations

Obtained results and their novelty: recommendations in the sphere of development and realization of marketing strategy of entering the foreign markets for the mobile games developing companies, corresponding to the modern tendencies of market development

Area of possible practical application: implementation of the marketing strategy of entering the foreign market and its integration into the marketing program of the company

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.

(Student's signature)

