

**MINISTRY OF EDUCATION OF THE REPUBLIC OF BELARUS
STATE EDUCATIONAL INSTITUTION
SCHOOL OF BUSINESS OF BELARUSIAN STATE UNIVERSITY**

DEPARTMENT OF BUSINESS ADMINISTRATION

Thesis Paper Summary

IMPROVING THE MARKETING STRATEGY OF AN ORGANIZATION

NGOY Mukala Arsene

Scientific supervisor
E.A. Gopka
Senior Lecturer

Minsk, 2025

Thesis paper : 74 pages, 20 figures, 19 tables, 54 sources, 5 appendices
IMPROVING THE MARKETING STRATEGY AT (MMG
KINSEVERE).

Purpose of the research: is to improve the marketing strategy at MMG
KINSEVERE.

Object of the research: MMG KINSEVERE SARL.

Subject of the research: comparative analysis, groupings, expert assessments,
graphic method, linear-functional models.

Research methods: This paper analyses how exploring digital marketing
channels and community engagement initiatives can enhance brand visibility and
foster customer loyalty. By integrating sustainable practices into the marketing
strategy, MMG Kinsevere can align its operations with local values and contribute
to socio-economic development, ultimately positioning itself as a leader in
responsible mining practices in the DRC.

Area of possible application: The study is especially useful for strengthen
stakeholder engagement, including local communities, government entities, and
investors, fostering a positive corporate image and building trust, also improve
customer relationship management, ensuring that MMG Kinsevere remains
competitive in a rapidly evolving market landscape.

The author of the work confirms that the calculation and analytical material
presented in it correctly and objectively reflects the state of the process under study,
and all borrowed from literary and other sources are accompanied by references to
their authors.

(student's signature)

Дипломная работа: 74 страниц, 20 рисунков, 19 таблиц, 54 источника, 5 приложений СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ В (MMG КИНСЕВЕРЕ).

Цель исследования: улучшить маркетинговую стратегию в (MMG КИНСЕВЕРЕ).

Объект исследования: MMG KINSEVERE SARL. Предмет исследования: сравнительный анализ, группировки, экспертные оценки, графический метод, линейно-функциональные модели.

Методы исследования: В этой статье анализируется, как использование каналов цифрового маркетинга и инициатив по вовлечению сообщества может повысить узнаваемость бренда и повысить лояльность клиентов. Интегрируя методы устойчивого развития в маркетинговую стратегию, MMG Kinsevere может привести свою деятельность в соответствие с местными ценностями и внести свой вклад в социально-экономическое развитие, в конечном счете позиционируя себя как лидера в области ответственной добычи полезных ископаемых в ДРК.

Область возможного применения: Исследование особенно полезно для укрепления взаимодействия с заинтересованными сторонами, включая местные сообщества, государственные структуры и инвесторов, создания положительного имиджа компании и укрепления доверия, а также улучшения управления взаимоотношениями с клиентами, гарантируя, что MMG Kinsevere остается конкурентоспособной на быстро меняющемся рынке.

Автор работы подтверждает, что представленные в ней расчетно-аналитические материалы корректно и объективно отражают состояние исследуемого процесса, а все заимствования из литературных и других источников сопровождаются ссылками на их авторов.

(подпись студента)