

**MINISTRY OF EDUCATION OF THE REPUBLIC OF BELARUS
STATE EDUCATIONAL ESTABLISHMENT
«SCHOOL OF BUSINESS OF BELARUSIAN STATE UNIVERSITY»**

CHAIR OF MARKETING

Diploma work summary

**DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL MARKETING OF THE
ORGANIZATION**

VIARBILA Maksim Iharavich

Scientific supervisor

Liazhanskaya Polina Uladzimirauna
candidate of art History, associate professor

Minsk, 2025

Дипломная работа: 77 с., 12 рис., 9 табл., 57 источников.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ, ДИЗАЙН УПАКОВКИ, ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

Цель исследования: разработка практических предложений по совершенствованию международного маркетинга на примере ООО «Компания Кронекс» с учетом современных тенденций.

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

1. раскрыть сущность и теоретические основы международного маркетинга, его функции, особенности и цели;
2. охарактеризовать инструменты международного маркетинга;
3. описать ключевые показатели эффективности международного маркетинга;
4. изучить регулирование маркетинга в Республике Беларусь;
5. проанализировать организационно-экономические характеристики ООО «Компания Кронекс», основные направления международного маркетинга компании и их эффективность;
6. выявить основные проблемы внедрения международного маркетинга в ООО «Компания Кронекс» и на основе этого разработать рекомендации, направленные на повышение эффективности организации в области международного маркетинга.

Объект исследования: международный маркетинг организации.

Предмет исследования: международный маркетинг ООО «Компания Кронекс».

Методы исследования: аналитический, метод теоретического анализа и обобщения научной литературы, описательный метод.

Область возможного применения: рекомендации, предложенные в исследовании, могут быть использованы для улучшения использования международных маркетинговых инструментов организацией ООО «Компания Кронекс».

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 сопровождаются ссылками на их авторов.

Дыпломная работа: 77 с., 12 мал., 9 табл., 57 крыніц.
МІЖНАРОДНЫ МАРКЕТЫНГ, ДЫЗАЙН УПАКОЎКІ,
ЭЛЕКТРОННАЯ КАМЕРЦЫЯ.

Мэта даследавання: Распрацоўка практычных прапаноў па ўдасканаленні міжнароднага маркетынгу на прыкладзе ТАА «Кампанія Кронэкс» з улікам сучасных тэндэнцый.

У рамках дасягнення пастаўленай мэты аўтарам былі пастаўлены наступныя задачы:

1. раскрыць сутнасць і тэарэтычныя асновы міжнароднага маркетынгу, яго функцыі, асаблівасці і мэты;
2. ахарактарызаваць інструменты міжнароднага маркетынгу;
3. апісаць ключавыя паказчыкі эфектыўнасці міжнароднага маркетынгу;
4. вывучыць рэгуляванне маркетынгу ў Рэспубліцы Беларусь;
5. Прааналізаваць арганізацыйна-эканамічныя характарыстыкі ТАА «Кампанія Кронэкс», асноўныя напрамкі міжнароднага маркетынгу кампаніі і іх эфектыўнасць;
6. выявіць асноўныя праблемы ўкаранення міжнароднага маркетынгу ў ТАА «Кампанія Кронэкс» і на падставе гэтага распрацаваць рэкамендацыі, накіраваныя на павышэнне эфектыўнасці арганізацыі ў галіне міжнароднага маркетынгу.

Аб'ект даследавання: міжнародны маркетынг арганізацыі.

Прадмет даследавання: міжнародны маркетынг ТАА «Кампанія Кронэкс».

Метады даследавання: аналітычны, метады тэарэтычнага аналізу і абагульненні навуковай літаратуры, апісальны метады.

Вобласць магчымага прымянення: рэкамендацыі, прапанаваныя ў даследаванні, могуць быць выкарыстаны для паляпшэння выкарыстання міжнародных маркетынговых інструментаў арганізацыяй ТАА «Кампанія Кронэкс».

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 суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

Diploma work: 77 p., 12 figures, 15 tables, 56 sources.

INTERNATIONAL MARKETING, DESIGN OF PACKAGING, E-COMMERCE.

The purpose of the study: development of practical proposals for improving international marketing using the example of LLC “Kronex Company”, taking into account current trends.

In order to achieve this purpose, the author set the following tasks:

1. to reveal the nature and theoretical foundations of international marketing, its functions, characteristics and objectives;
2. to characterize tools of international marketing;
3. to describe key performance indicators of international marketing efficiency;
4. to study the regulation of marketing in the Republic of Belarus;
5. to analyze organizational and economic characteristics of LLC "Company Kronex", main directions of company's international marketing and their effectiveness;
6. to identify main problems in the implementation of international marketing in LLC “Kronex Company” and based on this provide recommendations aimed at enhancing the organization's effectiveness in international marketing.

Object of research: the international marketing of organization.

Subject of research: the international marketing of LLC “Kronex Company”.

Research methods: analytical, method of theoretical analysis and generalization of scientific literature, descriptive method.

Area of possible application: The recommendations proposed in the study can be used to improve the use of international marketing tools of the organization LLC “Kronex Company”.

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