

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

**« Інтернет - маркетинг як основа успіху
компанії електронної- комерції»**

Виконав: здобувач 4 курсу, групи Мгр-21

Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Камишев Богдан Олександрович

ПІБ

Керівник: Дубницький В.І., д.е.н., проф.

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро

2025

АНОТАЦІЯ

Камишев Б. Інтернет-маркетинг як основа успіху компанії Е-комерції (на прикладі Rozetka.ua).

У кваліфікаційній роботі досліджено роль інтернет-маркетингу в умовах цифрової трансформації бізнесу, зокрема в секторі електронної комерції. Розглянуто основні інструменти цифрового просування, такі як SEO, контекстна реклама, email-розсилки, соціальні мережі та мобільні додатки. Проаналізовано маркетингову екосистему компанії Rozetka.ua, включаючи канали залучення, персоналізацію, аналітику та омніканальну взаємодію. Особливу увагу приділено впливу воєнного стану на поведінку споживачів і адаптацію компанії до нових викликів. На основі SWOT-, PEST- та конкурентного аналізу розроблено пропозиції щодо вдосконалення маркетингової стратегії Rozetka, нових підходів до сегментації та механізмів підвищення ефективності цифрових каналів. Запропоновано комплексну програму покращень з економічним обґрунтуванням та прогнозом очікуваних результатів.

Ключові слова: інтернет-маркетинг, електронна комерція, Rozetka.ua, цифрова стратегія, SEO, контент-маркетинг, омніканальність, сегментація ринку, KPI, рекомендації.

SUMMARY

Kamyshev B. Internet marketing as the foundation of e-commerce success (on the example of Rozetka.ua).

The bachelor's thesis explores the strategic role of internet marketing in the development of e-commerce companies under conditions of digital transformation. The study investigates key online promotion tools including SEO, contextual advertising, email marketing, social media, and mobile applications. A comprehensive analysis of Rozetka.ua's marketing ecosystem is conducted, with attention to customer acquisition, personalization, data analytics, and omnichannel interaction. Special focus is placed on the impact of wartime conditions on consumer behavior and Rozetka's adaptability to market challenges. Based on SWOT, PEST and competitive analysis, the paper proposes strategic improvements to the company's marketing approach, enhanced segmentation, and optimization of digital channels. The project includes a budget estimation and a forecast of the anticipated outcomes of the proposed measures.

Keywords: internet marketing, e-commerce, Rozetka.ua, digital strategy, SEO, omnichannel communication, segmentation, content marketing, KPI.

Зміст

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНТЕРНЕТ -МАРКЕТИНГУ У СФЕРІ Е - КОМЕРЦІЇ	10
1.1. Роль інтернет -маркетингу в розвитку компаній е -комерції	10
1.2. Основні стратегії і канали інтернет -маркетингу: SEO, контекстна реклама, соціальні мережі	14
1.3. Теоретичні основи взаємодії з цільовими сегментами в інтернет -маркетингу	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ІНТЕРНЕТ -МАРКЕТИНГУ КОМПАНІЇ ROZETKA.UA	27
2.1. Характеристика компанії Rozetka.ua: історія, місія, види діяльності	27
2.2. Оцінка маркетингової стратегії Rozetka.ua	33
2.3. Сегментування ринку та визначення цільових груп Rozetka.ua	39
2.4. Застосування SWOT-, PEST- і конкурентного аналізу для оцінки позиції Rozetka.ua	43
РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНТЕРНЕТ - МАРКЕТИНГУ КОМПАНІЇ ROZETKA.UA	56
3.1. Пропозиції щодо покращення маркетингових стратегій на основі інтернет - каналів	56
3.2. Розробка нових підходів до сегментації та залучення цільових груп	63
3.3. Розрахунок бюджету та оцінка економічної доцільності запропонованих заходів.....	71
3.4. Очікуваний ефект від запропонованих заходів	75
ВИСНОВКИ	77
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	80