

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ  
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА**  
на тему  
**«Розробка маркетингових заходів щодо  
просування продукту в мережі інтернет»**

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГр-21

Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Ольшицький Данило Денисович

*ПІБ*

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

*прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання*

**Дніпро  
2025**

## АНОТАЦІЯ

*Ольшицький Д.Д. Розробка маркетингових заходів щодо просування продукту в мережі інтернет*

У кваліфікаційній роботі бакалавра розглянуто теоретичні основи інтернет-маркетингу як сучасного інструменту просування продукції в умовах цифрової економіки. Проаналізовано діяльність підприємства ТОВ «Смачний ресурс» у сфері онлайн-маркетингу, виявлено ключові переваги, недоліки та рівень присутності бренду в цифровому середовищі. Проведено SWOT-аналіз маркетингової діяльності підприємства, охарактеризовано цільову аудиторію продукції швидкого приготування, оцінено ефективність онлайн-комунікацій.

Розроблено практичні рекомендації щодо вдосконалення інтернет-просування, зокрема: запуск власного інтернет-магазину, активізація SMM-кампаній в Instagram і TikTok, застосування контекстної реклами, покращення візуальної складової бренду та впровадження інструментів аналітики. Реалізація запропонованих заходів сприятиме зростанню впізнаваності бренду, формуванню лояльності клієнтів та підвищенню конкурентоспроможності ТОВ «Смачний ресурс» на ринку продуктів швидкого приготування.

**Ключові слова:** інтернет-маркетинг, SMM, цифрове просування, стратегія просування, TikTok, Instagram, ринок швидкого харчування, цільова аудиторія, SWOT-аналіз.

## SUMMARY

*Olshytskyi D.D. Development of Marketing Measures for Product Promotion on the Internet.*

The bachelor's thesis examines the theoretical foundations of internet marketing as a modern tool for product promotion in the context of the digital economy. The marketing activity of the enterprise LLC "Tasty source" was analyzed, including its current online presence, strengths and weaknesses, and brand positioning. A SWOT analysis of the enterprise was conducted, with particular attention paid to the consumer segment of ready-to-eat products. Based on the findings, a comprehensive strategy for improving digital promotion was developed.

Recommendations include launching an e-commerce website, intensifying SMM campaigns on Instagram and TikTok, applying contextual advertising, enhancing visual branding, and integrating digital analytics tools. The implementation of these measures will help increase brand awareness, build customer loyalty, and improve the competitiveness of LLC "Smachnyi Resurs" in the fast food market.

**Keywords:** internet marketing, digital promotion, SMM, marketing strategy, TikTok, Instagram, fast food market, target audience, SWOT analysis.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
1.1. Сутність та особливості інтернет-маркетингу.....	9
1.2. Інструменти та канали просування товарів в онлайн-середовищі .....	11
1.3. Аналіз ефективності інтернет-просування продукції .....	24
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ІНТЕРНЕТ-ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТУ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «СМАЧНИЙ РЕСУРС» .....	32
2.1. Характеристика підприємства ТОВ «Смачний ресурс» та аналіз цільової аудиторії .....	32
2.2. Аналіз діяльності підприємства ТОВ «Смачний ресурс» в мережі Інтернет.....	37
2.3. Дослідження конкурентного середовища в онлайн-просторі .....	41
2.4. Сучасний стан інтернет-просування на підприємстві. SWOT аналіз .....	55
РОЗДІЛ 3. МАРКЕТИНГОВІ ЗАХОДИ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТУ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ.....	67
3.1. Дослідження маркетингового середовища продукту гранола ТМ "Vita Max" .....	67
3.2. Розробка заходів щодо покращення інтернет-просування продукту гранола ТМ "Vita Max", бюджет і очікувані результати .....	76
ВИСНОВКИ .....	81
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	84