

**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 Мг-21зс
Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Рябець Ганна Олександрівна

ПІБ

Керівник: Яременко С.С., к.е.н., доц.

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

**Дніпро
2025**

АНОТАЦІЯ

Рябець Г.О «Розробка маркетингових заходів щодо просування товару в мережі інтернет»

У кваліфікаційній роботі розглянуто теоретичні та методологічні основи інтернет-маркетингу та його роль у просуванні підприємств. Зокрема, проаналізовано маркетингову діяльність салону краси G-Bar, проведено оцінку існуючої стратегії просування та виявлення проблемних зон. Враховуючи специфіку послуг салону, запропоновано нові маркетингові заходи для покращення його позицій в Інтернеті. На основі проведеного SWOT-аналізу визначено сильні та слабкі сторони підприємства, а також можливості для вдосконалення маркетингової діяльності через використання соціальних мереж та інших інтернет-інструментів. Розроблено рекомендації щодо підвищення ефективності просування салону в мережі Інтернет.

Ключові слова: інтернет-маркетинг, просування в Інтернет, соціальні мережі, маркетингові заходи, SMM-маркетинг.

SUMMARY

Riabets H.O. "Development of marketing measures for promoting products on the Internet"

This study examines the theoretical and methodological foundations of internet marketing and its role in promoting businesses. In particular, the marketing activities of the G-Bar beauty salon were analyzed, the existing promotion strategy was evaluated, and problem areas were identified. Considering the specific nature of the salon's services, new marketing measures were proposed to improve its online positioning. Based on the conducted SWOT analysis, the strengths and weaknesses of the business were determined, as well as opportunities for improving marketing activities through the use of social media and other online tools. Recommendations were developed to enhance the effectiveness of the salon's promotion on the Internet.

Keywords: internet marketing, online promotion, social media, marketing measures, SMM marketing.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ТА ЙОГО РОЛЬ У ПРОСУВАННІ ПРОДУКТУ.....	8
1.1. Просування продукту в мережі Інтернет та його особливості	8
1.2. Методи просування продукту в мережі Інтернет	13
1.3. Підходи до оцінки ефективності маркетингових заходів.....	18
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА G- BAR З МЕТОЮ ПОШУКУ ШЛЯХІВ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЙОГО ПОЛІТИКИ ПРОСУВАННЯ	21
2.1. Загальна характеристика підприємства.....	24
2.2. Огляд маркетингової діяльності салону G-Bar.....	22
2.3. Сегментування ринку та позиціонування салону.....	30
2.4. Аналіз стратегії просування салону та виявлення проблемних аспектів.....	34
2.5. SWOT-аналіз.....	39
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ З ПРОСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА G-BAR В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ.....	43
3.1. Розробка комплексу маркетингових заходів для онлайн-просування	43
3.2. Маркетинговий бюджет запропонованих заходів.....	48
3.3. Економічна доцільність запропонованих заходів	52
ВИСНОВКИ.....	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	59
ДОДАТКИ.....	62