

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«Використання інструментів digital-маркетингу у програмі просування нового продукту»

Виконала: здобувач 2 курсу,
групи МГ-24м

Спеціальності 075 маркетинг

Ревуцька Поліна Валеріївна

Керівник: Гамзаг О.В. к.е.н., доцент

Дніпро

2026

АНОТАЦІЯ

Ревуцька П.В. Використання інструментів digital-маркетингу у програмі просування нового продукту

Магістерська робота присвячена дослідженню digital-просування нового продукту підприємства малого бізнесу кондитерської галузі. У роботі розглянуто теоретичні засади просування нових продуктів та обґрунтовано значення digital-маркетингу в сучасних умовах розвитку ринку. Проведено аналіз маркетингової діяльності кондитерської «Ivanova Cake», визначено особливості цільової аудиторії, конкурентного середовища та використання цифрових каналів комунікації. На основі отриманих результатів розроблено програму digital-просування нового продукту «CakeBox Mini», що включає поетапне застосування інструментів SMM, таргетованої реклами, контент-маркетингу та елементів CRM. Здійснено оцінку ефективності запропонованої програми з використанням показників ROI та ROMI, що підтвердило економічну доцільність її впровадження.

Ключові слова: digital-маркетинг, просування нового продукту, маркетингова стратегія.

SUMMARY

Revutska P.V. Using digital marketing tools in a new product promotion programme.

The master's thesis is devoted to the study of digital promotion of a new product in a small business enterprise of the confectionery industry. The paper examines the theoretical foundations of new product promotion and substantiates the importance of digital marketing in the current conditions of market development. An analysis of the marketing activities of the confectionery company "Ivanova Cake" is conducted, identifying the characteristics of the target audience, the competitive environment, and the use of digital communication channels. Based on the obtained results, a digital promotion program for the new product "CakeBox Mini" is developed, which includes the phased application of SMM tools, targeted advertising, content marketing, and CRM elements. The effectiveness of the proposed program is evaluated using ROI and ROMI indicators, which confirms the economic feasibility of its implementation.

Keywords: digital marketing, new product promotion, marketing strategy.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ DIGITAL-МАРКЕТИНГУ В ПРОЦЕСІ ПРОСУВАННЯ НОВИХ ПРОДУКТІВ	8
1.1 Новий продукт на ринку: сутність, життєвий цикл, стратегія виведення	8
1.2 Digital-маркетинг як сучасна система комунікації	13
1.3 Інструменти digital-маркетингу у просуванні нового продукту	21
1.4 Роль digital-маркетингу у формуванні попиту на нові продукти кондитерського ринку	24
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ СТАНУ ВИКОРИСТАННЯ DIGITAL-МАРКЕТИНГУ У ДІЯЛЬНОСТІ КОНДИТЕРСЬКОЇ IVANOVA CAKE	30
2.1 Загальна характеристика кондитерської Ivanova Cake	30
2.2 Аналіз цільової аудиторії кондитерської	39
2.3 Аналіз конкурентів	44
2.4 Оцінка існуючих digital-каналів Ivanova Cake	48
РОЗДІЛ 3 РОЗРОБКА ПРОГРАМИ DIGITAL-ПРОСУВАННЯ НОВОГО ПРОДУКТУ КОНДИТЕРСЬКОЇ IVANOVA CAKE	54
3.1 Розробка програми digital-просування нового продукту	54
3.2 Інструменти digital-маркетингу в програмі просування	61
3.3 Оцінка ефективності програми просування нового продукту кондитерської Ivanova Cake	72
ВИСНОВКИ	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	80

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Слободяник А.М., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ: КиМУ, 2022. 228 с.[vstup.htek]
2. Чофффеу Д., Сміт П.Р. Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing. 6th ed. London: Pearson, 2022. 624 с.[ela.kpi]
3. Оклендер М.А., Оклендер Т.О., Яшкіна О.І. та ін. Цифровий маркетинг – модель маркетингу ХХІ століття: монографія. Одеса: Астропринт, 2017. 292 с.[economyandsociety]
4. Котлер Ф., Картаджя Х., Сетиаван І. Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. New York: Wiley, 2016. 208 с.[tsatu]
5. Райан Д., Хеннеберрі Р. Digital Marketing For Dummies. 2nd ed. Hoboken: Wiley, 2020. 368 с.[tsatu]
6. Жигалкевич Ж.М. Теоретичні основи функціонування та розвитку маркетингових систем у цифровому маркетингу: монографія. Дніпро: Журфонд, 2020. 315 с.[ela.kpi]
7. Онопрієнко І. Інтернет-маркетинг: електронна комерція, інтернет-реклама та PR: монографія. Київ: Видавництво, 2020.[tsatu]
8. Кравченко І.М. Еволюція інтернет-маркетингу в Україні: монографія. Харків: ХНЕУ, 2023.[tsatu]
9. Особливості формування стратегії в електронному маркетинге // Економіка та суспільство. 2019. № 12. С. 52–60.[economy.nauka]
10. Digitalization of products – unique offer to attract customers // Science Horizon. 2020. № 92(7). С. 88–97.[sciencehorizon]
11. Assessing the effectiveness of digital marketing communications // Економічний вісник. 2023. С. 1–15.[econvisnyk.dstu]
12. Paradigm basis of promotion using digital marketing // Агросвіт. 2020. № 12. С. 6–12.[agrosvit]

13. Сучасні тенденції маркетингових досліджень // Економіка та підприємництво. 2020. № 12. С. 113–120.[economy.nauka]
14. Social media marketing as a tool for promoting services // Економіка та підприємництво. 2020. № 8. С. 57–65.[economy.nauka]
15. Становлення індустрії Х.0 на засадах цифрового підприємництва // Економіка та підприємництво. 2021. № 7. С. 5–20.[economy.nauka]
16. Modern trends in internet marketing // Marketing and Management of Innovations. 2019. № 2. С. 45–56.[mdt-opu]
17. Маркетинг в умовах діджиталізації: матеріали конференції. Полтава: ПНУ, 2023. 250 с.[puet]
18. Bibliometric insights into digital marketing evolution // Innovative Marketing. 2024. Vol. 20, № 2. Р. 1–20.[businessperspectives]
19. Digital marketing transformation: SLR // International Journal of Business Technology. 2025.[ijobtech]
20. Цифровий маркетинг як інноваційний інструмент // Economy and Society. 2023. № 19. С. 51–60.[economyandsociety]
21. Котлер Ф. Marketing Management. 16th ed. Pearson, 2021. 816 с.
22. Халл Дж. Digital Marketing Strategy. Kogan Page, 2022. 272 с.
23. Кінг Дж. Digital Marketing Campaigns. Routledge, 2020. 240 с.
24. Шапіро Г. Digital Marketing for Dummies. Wiley, 2023. 400 с.
25. Бері Д. Digital Marketing. Oxford University Press, 2021. 512 с.
26. Пестрецов В.П. Цифровий маркетинг: монографія. Київ: КНЕУ, 2022. 180 с.
27. Герасименко В.В. Інструменти інтернет-маркетингу: посібник. Харків: ХНУРЕ, 2021. 200 с.
28. Лабірук С.Л. SMM в Україні: монографія. Львів: ЛНУ, 2023. 160 с.
29. Trends in digital marketing 2024 // Journal of Marketing Management. 2024. Vol. 40. Р. 100–120.
30. SEO and content marketing strategies // European Journal of Marketing. 2023. Vol. 57. Р. 1500–1520.[ela.kpi]

31. Social media analytics for promotion // *Journal of Business Research*. 2022. Vol. 145. P. 500–515.
32. Email marketing effectiveness // *International Journal of Information Management*. 2024. Vol. 70. P. 1–15.
33. Influencer marketing in food industry // *Food Marketing Journal*. 2023. P. 200–220.
34. Digital strategies for new product launch // *Journal of Product Innovation Management*. 2025. Vol. 42. P. 300–320.
35. Chaffey D. *Digital Marketing*. 8th ed. Pearson, 2024. 550 с.
36. Kotler P. *Marketing 5.0*. Wiley, 2021. 224 с.
37. Rodgers S. *Digital Marketing Essentials*. Routledge, 2022. 300 с.
38. Пономаренко В.С. *Маркетинг у цифрову еру: монографія*. Одеса: ОНУ, 2020. 220 с.
39. Сидоренко О.М. *Просування продукції онлайн: посібник*. Київ: НАУ, 2023. 150 с.
40. Digital tools for confectionery market // *Agribusiness Journal Ukraine*. 2024. № 3. С. 40–55.
41. TikTok marketing trends // *Journal of Interactive Marketing*. 2025. Vol. 65. P. 80–95.
42. Google Analytics in practice // *Marketing Science*. 2023. Vol. 42. P. 1000–1020.
43. CRM systems in digital marketing // *MIS Quarterly*. 2024. Vol. 48. P. 500–520.
44. AI in marketing automation // *Harvard Business Review*. 2025. Jan-Feb. P. 70–85.
45. Storytelling in SMM // *Journal of Advertising Research*. 2023. Vol. 63. P. 300–315.
46. KPI measurement in digital campaigns // *Journal of Marketing Analytics*. 2024. Vol. 12. P. 150–170.
47. ROI of targeted ads // *Business Horizons*. 2022. Vol. 65. P. 200–210.

48. Content marketing for SMEs // *Small Business Economics*. 2023. Vol. 60. P. 1000–1015.
49. Viral marketing strategies // *Journal of Consumer Research*. 2024. Vol. 51. P. 400–420.
50. Digital transformation in FMCG // *Journal of Retailing and Consumer Services*. 2025. Vol. 80. P. 1–15.