

АНОТАЦІЯ

Бурукова М. В. «Сучасні тенденції розвитку digital-маркетингу та особливості застосування його інструментів (на прикладі цифрового агентства "4Limes")»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 075 «Маркетинг»

за освітньою програмою Маркетинг

(назва освітньої програми)

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2023.

У роботі розглядаються сучасні тенденції розвитку digital-маркетингу в Україні та особливості їх застосування в цифровому агентстві "4Limes".

Досліджено поняття та особливості застосування digital-маркетингу, з'ясовано роль digital-маркетингу в просуванні товарів та послуг. Було також охарактеризовано основні інструменти digital-маркетингу і здійснено оцінку тенденцій його розвитку в Україні. Проаналізовано господарську та маркетингову діяльність цифрового агентства «4Limes», з'ясовано можливості застосування зарубіжного досвіду в сфері digital-маркетингу на підприємствах України.

Розроблено рекомендації щодо покращення інструментарію digital-маркетингу в цифровому агентстві «4Limes» за допомогою додаткового просування YouTube, покращення сайту, впровадження метавсесвіту в роботу агентства, удосконалення політики роботи з відгуками про компанію, запровадження штучного інтелекту в чат-боти компанії в Telegram тощо. Розраховано витрати на покращення інструментарію digital-маркетингу та економічний ефект після їх впровадження.

Ключові слова: Digital-маркетинг, маркетингова діяльність, утримання клієнтів, цифрові технології, цифровізація, штучний інтелект, метавсесвіти, контент-маркетинг, SEO, інтернет ринок, автоматизація бізнесу.

ANNOTATION

Burokova M.V. "Current trends in digital marketing development and peculiarities of its application (using the example of the digital agency '4Limes')"

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in the specialty 075 "Marketing"

in the educational program Marketing

Odessa National Economic University - Odesa, 2023.

The work examines the current trends in digital marketing development in Ukraine and the peculiarities of their application in the digital agency "4Limes".

The concept and peculiarities of digital marketing application are investigated, and the role of digital marketing in promoting goods and services is clarified. The main tools of digital marketing are also characterized, and an assessment of the trends in its development in Ukraine is conducted. The economic and marketing activities of the digital agency "4Limes" are analyzed, and the possibilities of applying foreign experience in the field of digital marketing in Ukrainian enterprises are identified.

Recommendations are developed for improving the digital marketing toolkit in the digital agency "4Limes" through additional promotion on YouTube, website enhancement, implementation of metaverses in the agency's work, improvement of the company's feedback policy, introduction of artificial intelligence into the company's Telegram chatbots, and more. The estimated costs for improving the digital marketing toolkit and the economic impact after their implementation have been calculated.

Keywords: Digital marketing, marketing activity, customer retention, digital technologies, digitalization, artificial intelligence, metaverses, content marketing, SEO, internet market, business automation.