

DOI: 10.18522/1997-2377-2023-132-5-93-96

UDC: 338.45

Digitalization in marketing: realities and prospects

Z. Bekmurzaeva

The influence of modern digital technologies on the company's marketing activities is considered. The change in the structure of advertising and marketing communications in the framework of the use of modern electronic and digital tools for promoting goods, services and optimizing the business processes of a modern company is analyzed.

Keywords: *marketing, advertising, targeting, digital technologies, IT services, mass media, digitalization, information technologies, artificial intelligence*

References

1. Ашманов И.С., Юдина О.В., Калинин А.Л. Оптимизация и продвижение в поисковых системах. СПб.: Изд-во «Питер», 2019. 512 с.
2. Барден Ф. Взлом маркетинга. Наука о том, почему мы покупаем. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020. 310 с.
3. Война за данные: почему нельзя просто взять и «стереть» свой цифровой след. – URL: <https://knife.media/data-laws-war> (дата обращения 12.09.2023).
4. Гаглыева И.Э., Саханский Ю.В. Анализ современных платёжных систем // Экономика и предпринимательство. 2020. № 7. (120). С. 584–588.
5. Гуриева Л.К. Цифровые технологии в туристическом маркетинге // Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе. Сборник научных трудов. 2018. С. 221–225.

**Северо-Осетинский государственный университет имени К.Л.
Хетагурова, г. Владикавказ, Россия**

October, 13 2023
