

Digitalization in marketing: realities and prospects

Yu.V. Sakhansky, A.V. Tadtayeva

The impact of modern digital technologies on the marketing activities of organizations is considered. A review of the most key works of modern scientists in the field of marketing and advertising is conducted in order to identify the development prospects and trends of modern marketing. An analysis of the main changes in the structure of marketing and advertising communications when using new digital means of promoting goods and services is carried out.

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

References

1. Андреев М.В. Цифровые технологии в маркетинге // Молодой ученый. 2022. № 16(358). С. 204–207. – URL: <https://moluch.ru/archive/358/79981/> (дата обращения 11.09.2024).
2. Гуриева Л.К., Джиоев А.В. Цифровая компетентность занятого населения российских регионов // Сборник трудов VI Международной конференции «Цифровая социализация и цифровая компетентность в условиях глобальных системных изменений: технологии регулирования, риски, сценарии», 2023. С. 403–410.
3. Кучумов А.В., Волошинова М.В., Еремичева П.Ю. Нишевый туризм как способ нивелировать неравномерное развитие туризма в регионах России // Проблемы современной экономики. 2023. № 4(88). С. 161–164.
4. Нативная реклама - эффективный инструмент будущего. - URL: <https://clck.ru/RLLJx> (дата обращения 10.09.2024).

**Северо-Кавказский горно-металлургический институт
(государственный технологический университет),
г. Владикавказ, Россия**

**Финансовый университет при Правительстве РФ
(Владикавказский филиал), г. Владикавказ, Россия**

September, 23 2024
