

## Problems and prospects for the knowledge-based economy development

---

DOI: 10.18522/1997-2377-2025-144-5-74-76

UDC: 336

### **Transformation of the profession: the key competencies of a marketer in the context of the digitalization of the economy**

**V.V. Lisovskaya, Y.Y. Salikhova**

*The article describes modern digital tools that are actively used in marketing activities. Their use determines the need for a new approach to the training of marketers and the development of existing marketing specialists. The study conducted by the authors characterizes the existing imbalances between existing competencies and business needs in the digital economy.*

**Keywords:** *marketing competencies, digital economy, labor market, digital skills, artificial intelligence*

#### References

1. Использование современных технологий формирования инновационного мышления специалистов по маркетингу / Т.Н. Байбардина, О.А. Бурцева, Т.Л. Процко, С.Н. Анисим // Форсайт образования: ценности, модели и технологии дидактической коммуникации XXI века. Toronto: Издательско-литературное агентство Альтасфера, 2018. С. 534-541.
2. Лизовская В.В., Салихова Я.Ю. Современные тенденции и перспективы специальности "маркетинг" // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Серия 3: Экономические, гуманитарные и общественные науки. 2022. № 2. С. 73-78.
3. Попова Л.В., Иванов С.А. Цифровая трансформация маркетинга: требования к компетенциям специалистов // Российский журнал менеджмента. 2020. № 18(4). С. 55-72.
4. Чернобаева Г.Е. Т-компетентностная модель профессиональной подготовки маркетингов // Развитие рынка труда на современном этапе социально-экономических преобразований. Сборник статей V Всероссийской научно-практической конференции, Пенза, 07-08 июля 2022 года / Под науч. ред. Ф.Е. Удалова, В.В. Бондаренко. Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2022. С. 104-107.
5. Garcia M., & Silva P. Soft Skills for Digital Marketers: A Study of the European Market // European Journal of Marketing. 2021. № 55(8).
6. Li T., Calantone R.J. The impact of market knowledge competence on new product advantage: Conceptualization and empirical examination // Journal of Marketing. 1998. № 62. P. 13-29.
7. Sheth J.N., & Sisodia R.S. The Evolution of Marketing Competencies in the Digital Age // Journal of Marketing Education. 2019. № 41(2). P. 135-150.

**Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна, г. Санкт-Петербург,  
Россия**

**Санкт-Петербургский государственный экономический  
университет, г. Санкт-Петербург, Россия**

**October, 01 2025**

---