

ЦИФРОВИЗАЦИЯ В МАРКЕТИНГЕ: РЕАЛИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

З.Х. Бекмурзаева

Рассмотрено влияние современных цифровых технологий на маркетинговую деятельность компании. Проанализировано изменение структуры рекламных и маркетинговых коммуникаций в рамках использования современных электронных и цифровых инструментов продвижения товаров, услуг и оптимизации бизнес-процессов современной компании.

Ключевые слова: маркетинг, реклама, таргет, цифровые технологии, ИТ-сервисы, масс-медиа, цифровизация, информационные технологии, искусственный интеллект

Литература

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. Гаглоева 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**

13 октября 2023 г.
