

ПРИМЕНЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В МАРКЕТИНГЕ

А.О. Канатов, Ю.В. Саханский

Систематизированы риски, возникающих вследствие применения цифровых технологий в маркетинге, определена вероятность их возникновения, предложены меры по их снижению. Составлена модель рисков, сопровождаемая бизнес-процесс внедрения цифровых технологий в маркетинговую деятельность фирмы. Выявлены задачи, решение которых с привлечением современных технологий позволит в кратко и среднесрочных перспективах вывести процесс цифровизации маркетинговой деятельности фирмы на качественно новый уровень.

Ключевые слова: маркетинг, цифровизация, информационные технологии, продвижение, риски деятельности, кибербезопасность

Литература

1. Барден Ф. Взлом маркетинга. Наука о том, почему мы покупаем. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020. 310 с.
2. Жилина И.Ю. Искусственный интеллект в электронной торговле // Социальные и гуманитарные науки: Отечественная и зарубежная литература. Серия 2, Экономика: Реферативный журнал. 2020. № 2. С. 142–148. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/iskusstvennyy-intellekt-v-elektronnoy-torgovle> (дата обращения 12.09.2024 г.).
3. Тренды digital - маркетинга в 2022 году. – URL: <https://exiterra.com/blog/marketing-blog/trendy-digital-marketing-a-v-2022-godu/> (дата обращения 12.09.2024).

**Финансовый университет при Правительстве РФ
(Владикавказский филиал), г. Владикавказ, Россия
Северо-Кавказский горно-металлургический институт
(государственный технологический университет), 23 сентября 2024
г. Владикавказ, Россия**
