

ЦИФРОВИЗАЦИЯ В МАРКЕТИНГЕ: РЕАЛИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Ю.В. Саханский, А.В. Тадтаева

Рассмотрено воздействие современных цифровых технологий на маркетинговую деятельность организаций. Проведён обзор наиболее ключевых трудов современных учёных в области маркетинга и рекламы с целью выявления перспектив развития и тенденций современного маркетинга. Проведен анализ основных изменений структуры маркетинговых и рекламных связей при использовании новых цифровых средств продвижения товаров, услуг.

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

Литература

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 23 сентября 2024
(Владикавказский филиал), г. Владикавказ, Россия**
