

Нижник Ирина Александровна,
доцент, Ангарский государственный технический университет,
e-mail: nia5691936@yandex.ru

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В МАРКЕТИНГЕ

Nizhnik I.A.

THE USE OF MODERN TECHNOLOGIES IN MARKETING

Аннотация. В современном маркетинге применяются передовые подходы, включающие в себя искусственный интеллект, иммерсивные технологии, такие как виртуальная и дополненная реальность, и другие инновационные разработки. Эти инструменты призваны облегчить труд специалистов по маркетингу и вызвать сильные эмоциональные отклики у потребителей с целью стимулирования интереса к продукту или услуге, что, в свою очередь, должно способствовать росту объемов продаж.

Ключевые слова: маркетинг, искусственный интеллект, нейросеть, дополненная и виртуальная реальность.

Abstract. In modern marketing, advanced approaches are employed, including artificial intelligence, immersive technologies such as virtual and augmented reality, and other innovative developments. These tools are designed to ease the work of marketing professionals and evoke strong emotional responses from consumers. The ultimate goal of all these solutions is to stimulate interest in a product or service, which, in turn, should contribute to increased sales volumes.

Keywords: marketing, artificial intelligence, neural network, augmented reality (AR) and virtual reality (VR).

В сфере маркетинга происходит активное внедрение передовых технических решений. Эти инновации дают возможность разрабатывать вовлекающие рекламные акции, адаптировать предложения под конкретного потребителя и оптимизировать коммуникацию с целевой аудиторией. Часть из этих технологий, в частности искусственный интеллект (ИИ), а также дополненная и виртуальная реальность (AR/VR), уже зарекомендовали себя как эффективные инструменты для работы с клиентами.

ИИ становится незаменимым инструментом для обработки информации о потребителях и совершенствования рекламных стратегий. Его интеграция в маркетинг особенно ценна, поскольку эта область требует синергии творческого подхода и передовых технологий. Нейросети могут быть задействованы в самых разнообразных формах – от генерации текстов и изображений до создания аудиоконтента и выработки концепций. Использование ИИ в маркетинге не только способствует экономии ресурсов и улучшению эффективности рекламных мероприятий, но и делает саму работу более увлекательной. Специалисты получают возможность творчески экспериментировать с ИИ в различных видах и находить в нем источники новых идей. Речь идет не просто об автоматизации рутинных задач, а о качественно новом арсенале инструментов и перспектив, которые придают маркетингу динамизм, адаптивность и неиссякаемый потенциал для новаторства.

Благодаря ИИ становится возможным оптимизация различных процессов, сокращение расходов и разработка оригинальных подходов. В общих чертах, задачи, решаемые ИИ в сфере маркетинга и рекламы, можно классифицировать по трем основным категориям.

Создание контента. Нейросети сегодня находят широчайшее применение в создании разнообразного контента, включая тексты, графику и даже видеоматериалы. Такая технология особенно актуальна для сфер, связанных с визуальным искусством, где ценятся оригинальность и оперативное выполнение задач, когда создание контента происходит в больших объемах.

Стратегия и генерация идей. ИИ отлично справляется с ролью партнера в процессе генерации идей. Нейросети способны предлагать новые концепции, детализировать различные сценарии и указывать на перспективные направления для дальнейшего развития.

Оптимизация процессов. ИИ всё активнее берёт на себя задачи, которые ранее требовали значительных временных и финансовых вложений в производственных процессах. Это касается как этапов, связанных с фотосъёмкой, так и последующей обработкой визуального контента, включая создание рекламных объявлений или придание материалам определённого стиля.

Дополненная и виртуальная реальность (AR/VR) позволяют создавать яркие, запоминающиеся и интерактивные рекламные кампании и вызывают яркие эмоции у клиентов.

В сфере маркетинга эти технологии применяются для формирования уникального клиентского опыта, наглядной презентации товаров и активного взаимодействия с потребителями. Ключевые задачи такого подхода включают подогрев интереса к бренду, достижение превосходства над соперниками и укрепление приверженности покупателей. Они позволяют максимально погрузить аудиторию в атмосферу бренда, продемонстрировать продукцию в реальных условиях использования и трансформировать рекламные сообщения в интерактивное приключение.

Таким образом, с помощью передовых цифровых решений в сфере маркетинга можно ускорить процесс подготовки материалов и вызвать сильный эмоциональный отклик у потребителей. Интеграция ИИ в создание контента существенно минимизирует затраты времени на разработку, что, в свою очередь, снижает нагрузку на маркетологов и повышает продуктивность их деятельности. AR и VR открывают новые возможности для формирования глубоких впечатлений и ярких эмоций, связанных с продуктом, услугой или товаром.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Абрамов В.И.** Цифровые технологии в бизнесе: учебное пособие / В.И. Абрамов [и др.]. – Санкт-Петербург: Лань, 2025. – 224 с. – Текст: непосредственный.