

ЛИТЕРАТУРА

1. Проблемы занятости: какие бывают формы занятости // Яндекс.Кью. – URL: https://yandex.ru/q/question/kakie_byvaiut_formy_zaniatosti_chno_fde0bcd3 (дата обращения 01.03.2024).
2. Текучесть кадров: что такое текучесть кадров // Бизнес-секреты. – URL: <https://secrets.tbank.ru/razvitie/tekuchest-kadrov> (дата обращения: 05.02.2024).

УДК 365

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В МАРКЕТИНГЕ

В. А. Журавлева, студентка группы 10503223, ФММП БНТУ,
научный руководитель – ст. преподаватель **Н. В. Дашкевич**

Резюме – в статье рассматривается применение технологий ИИ (машинное обучение, NLP) для оптимизации маркетинговых стратегий, персонализации контента и автоматизации процессов. Будут проанализированы преимущества, недостатки и этические аспекты внедрения ИИ, а также представлены примеры успешного применения в различных сферах маркетинга.

Resume – the article examines the application of AI technologies (machine learning, NLP) to optimize marketing strategies, personalize content, and automate processes. It will analyze the advantages, disadvantages, and ethical aspects of AI implementation, as well as present examples of successful application in various areas of marketing.

Введение. Искусственный интеллект (ИИ) активно меняет мир маркетинга, обеспечивая новые возможности для повышения эффективности и точности рекламных кампаний. С помощью алгоритмов машинного обучения и анализа больших данных компании могут лучше понимать поведение своих клиентов, предсказывать тренды и оптимизировать свои маркетинговые стратегии.

Основная часть. Одним из основных преимуществ ИИ в маркетинге является возможность персонализации. Современные технологии позволяют анализировать предпочтения и интересы потребителей, создавая индивидуализированные предложения и контент. Это повышает уровень вовлеченности клиентов и способствует укреплению лояльности к бренду. Например, системы рекомендательного маркетинга, такие как те, что используются в онлайн-магазинах, позволяют предлагать товары, которые с наибольшей вероятностью заинтересуют конкретного пользователя.

Кроме того, ИИ помогает в автоматизации процессов. Рекламные кампании могут быть запущены и оптимизированы в режиме реального времени, что позволяет быстрее реагировать на изменения в спросе и рыночной ситуации. Чат-боты и виртуальные помощники, основанные на ИИ, обеспечивают круглосуточную поддержку клиентов, отвечая на вопросы и помогая с выбором продуктов, что также снижает нагрузку на службы поддержки [1].

Анализ данных является еще одной важной областью, где ИИ демонстрирует свою ценность. С помощью продвинутых аналитических инструментов компании могут выявлять закономерности в поведении потребителей, оценивать эффективность рекламных кампаний и принимать обоснованные решения на основе полученных данных. Это позволяет не только оптимизировать текущие стратегии, но и планировать будущие действия с учетом прогнозов и тенденций [2].

Однако внедрение ИИ в маркетинг также сопряжено с определенными вызовами. Этические вопросы, связанные с обработкой личных данных, требуют внимательного подхода. Компании должны обеспечивать прозрачность своих действий и уважать право клиентов на конфиденциальность. Кроме того, важно обеспечить баланс между автоматизацией и человеческим фактором, так как личное взаимодействие с клиентами по-прежнему играет важную роль в построении доверительных отношений.

Заключение. В целом, искусственный интеллект становится неотъемлемой частью современного маркетинга, предлагая инновационные решения для повышения эффективности и улучшения взаимодействия с клиентами. Будущее маркетинга будет в значительной степени определяться тем, как компании смогут интегрировать ИИ в свои стратегии, создавая при этом ценность как для себя, так и для своих потребителей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Стратегическое управление логистикой // Клуб логистов. – URL: https://logist.ru/archive/Attachments/Strategicheskoe_ypravlenie_logistikoy.pdf (дата обращения: 14.03.2025).
2. What is online business? // Market business news. – URL: <https://marketbusinessnews.com/financial-glossary/what-is-online-business/> (дата обращения: 14.03.2025).

УДК 338.47

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*К. А. Иванова, студент группы 10502123 ФММП БНТУ,
научный руководитель – ст. преподаватель Н. В. Дашкевич*

Резюме – туризм в Республике Беларусь играет важную роль в экономике, способствуя социальному и культурному обмену. Основные направления включают культурный, экологический, сельский и медицинский туризм, основанные на богатом историческом наследии и природных заповедниках.

Resume – tourism in the Republic of Belarus plays an important role in the economy, promoting social and cultural exchange. The main areas include cultural, ecological, rural and medical tourism based on the rich historical heritage and nature reserves.