



НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «ЛОМОНОСОВ-2024»
СЕКЦИЯ «АВАНГАРД ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО
АДМИНИСТРИРОВАНИЯ: СТРАТЕГИИ, ТЕХНОЛОГИИ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ»
ПОДСЕКЦИЯ «СЛАБЫЙ И СИЛЬНЫЙ ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В УПРАВЛЕНЧЕСКИХ
ПРАКТИКАХ»

МЕСТО ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ФОРМИРОВАНИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ В ЦИФРОВОМ МАРКЕТИНГЕ

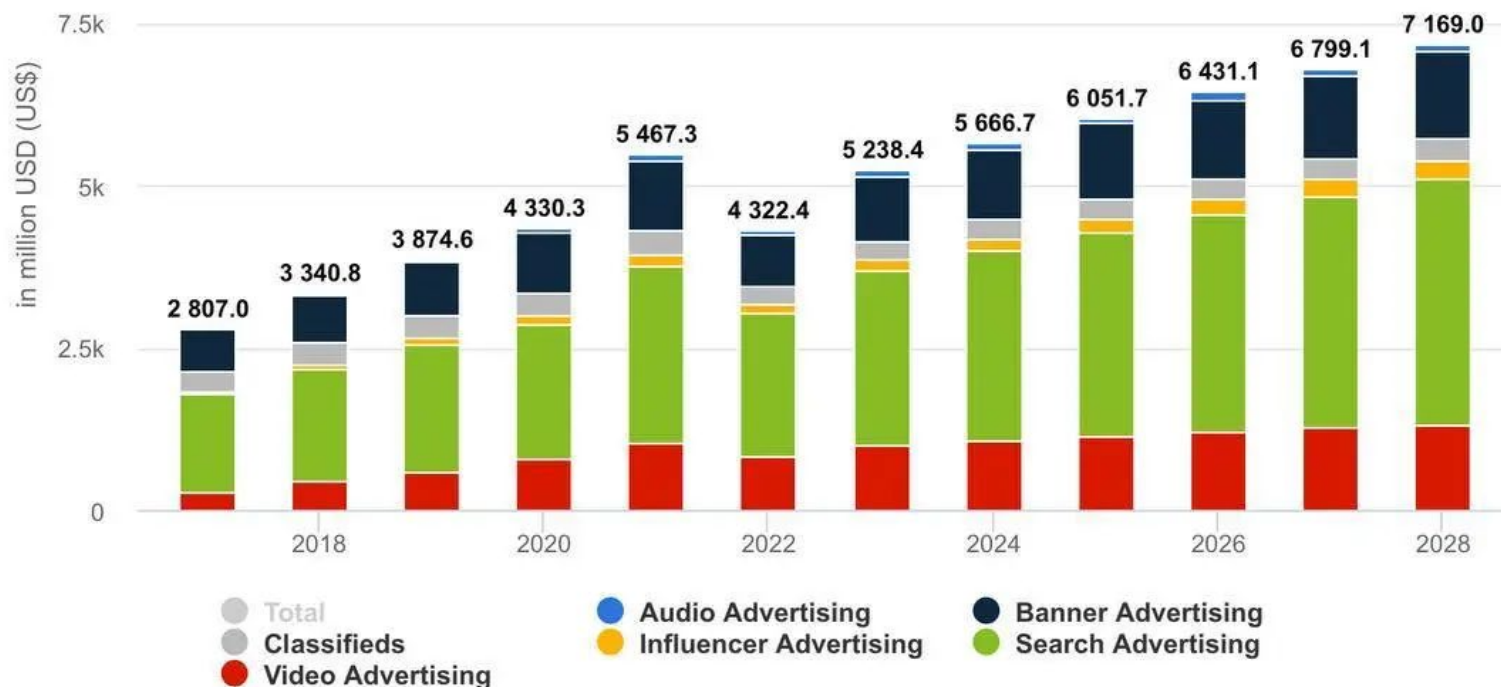
Студентка 2 курса магистратуры
Факультета государственного управления
МГУ им. М.В. Ломоносова
Чехиркина Екатерина Денисовна

Научный руководитель:
Дудихин Виктор Владимирович,
Кандидат технических наук, доцент



Рынок Digital-маркетинга в России активно растет

519,0 млрд. руб. – затраты на цифровую рекламу в РФ в 2024 г.





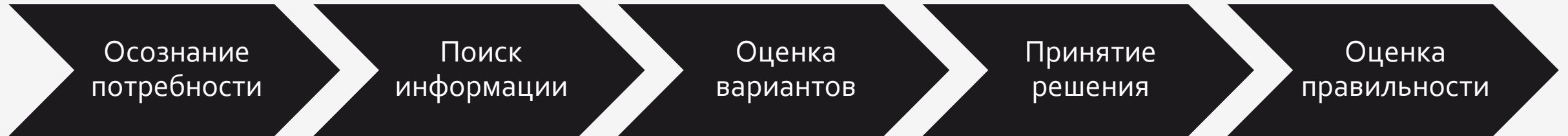
«Хотя мы стараемся принимать рациональные решения, у нас ограничены познавательные способности и ограниченная сила воли. Хотя наши решения часто руководствуются личными интересами, мы также заботимся о честности и справедливости. Более того, познавательные способности, самоконтроль и мотивация могут значительно различаться у разных людей»

Р. Талер



Модель покупательского поведения

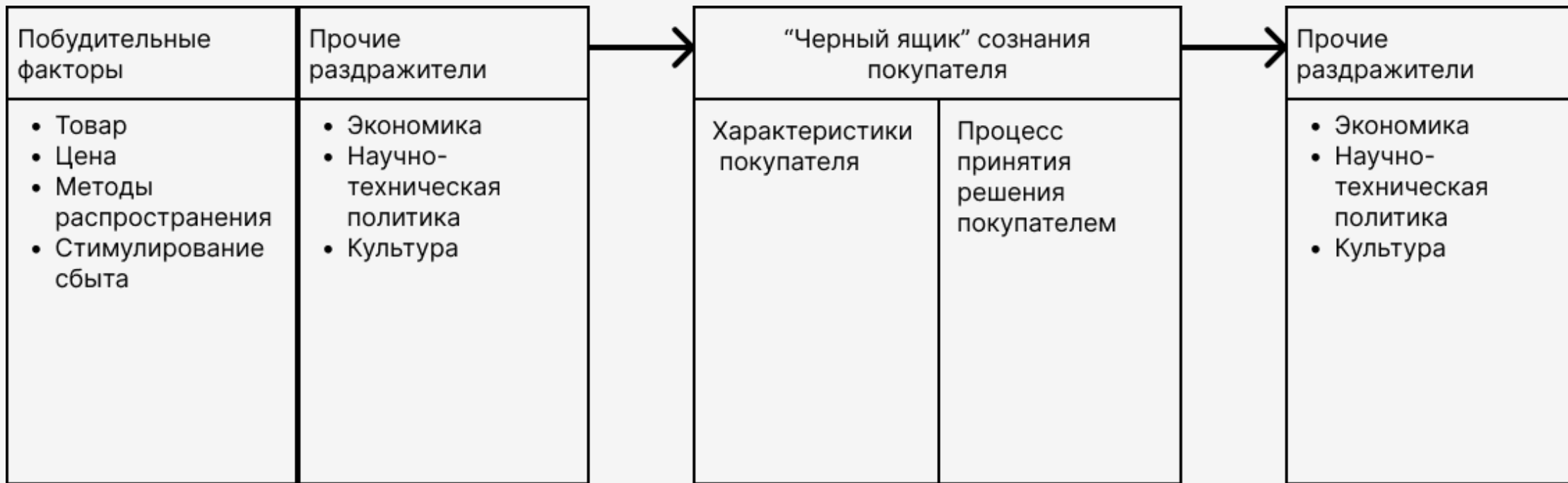
Модель Ф. Котлера





Развернутая модель покупательского поведения

Модель Ф. Котлера





Цифровой маркетинг –

это способ коммуникации человека и бизнеса с помощью их персональных устройств и цифровых устройств в целом. Как и традиционный маркетинг, он включает изучение потребностей клиентов, выявление их «болей», создание рекламных кампаний, привлекающих потребителей к совершению целевого действия: чаще всего – покупки товара или услуги





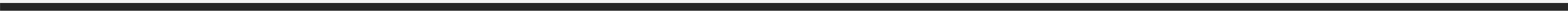
Аналитика

Алгоритмы позволяют проводить анализ поведения потребителей в цифровом пространстве; прогнозировать и оптимизировать рекламные стратегии

Рекомендательные системы

Вывод рекомендаций на основе целевых признаков

NETFLIX





Таргет

Целевая реклама. Автоматическая настройка рекламных кампаний для возможности охватить все этапы принятия решения вплоть до совершения покупки

Ретаргетинг

Возвращение аудитории, которая уже имела «касание» с продуктом – увеличение жизненного цикла потребителя





Технологии обработки

естественного языка

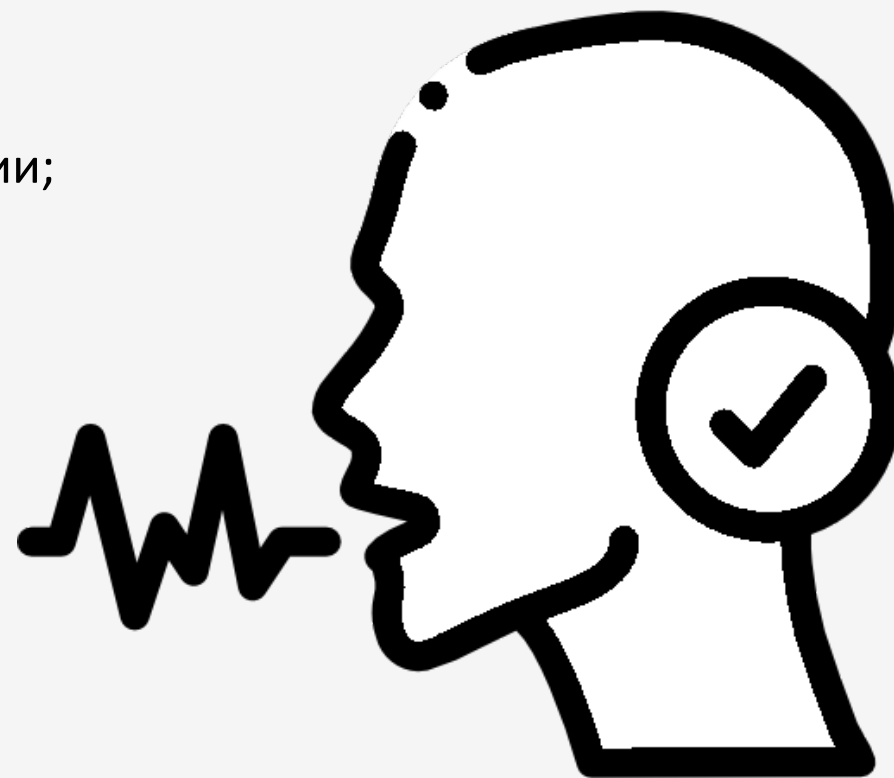
Обработка возражений, помощь в поиске информации;
управление ресурсами в области поисковой
оптимизации (SEO)

Распознавание и синтез речи

Голосовые помощники, анализ телефонных
переговоров (коллтрекинг)

Генеративные нейросети

Написание текстов, генерация изображений,
видеороликов





SWOT-анализ применения искусственного интеллекта в цифровом маркетинге

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none">• Обработка больших объемов данных• Быстрая обучаемость• Персонализация контента и предложений• Глубокая аналитика• Увеличение прибыли компаний• Оптимизация затрат• Реализация креативов	<ul style="list-style-type: none">• Недостаточная проработка законодательной базы• Отсутствие творческого аспекта• Наличие «слепых зон», дискриминация• Этические проблемы• Нарушение приватности
Окончание таблицы 1	
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none">• Активный рост мирового рынка• Охват большего числа потребителей• Повышение точности прогнозов и принимаемых решений• Гиперперсонализация контента• Переход в метавселенные	<ul style="list-style-type: none">• Повышение уровня безработицы• Распространение фейков• Утечки персональных данных

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

- 1) Бостром Н. Искусственный интеллект. Этапы. Угрозы. Стратегии. М., 2016. С. 32- 34.
 - 2) Голосовые ассистенты (Роботы-операторы). TAdviser: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Голосовые_ассистенты_
 - 3) Маленький шаг искусственного интеллекта — большой для аналитики. Vc.ru: <https://vc.ru/marketing/158431-malenkiy-shag-iskusstvennogo-intellekta-bolshoy-dlya-analitiki>
 - 4) Холопкина Л.В. Использование IT-сервисов для оптимизации расходов на рекламу // Вестник ВГТУ. 2014. No3-1.
 - 5) Что такое диджитал-маркетинг? Про основы, принципы и технологии. Центр развития компетенций в маркетинге Высшей школы бизнеса НИУ ВШЭ: <https://marketing.hse.ru/blog/что-такое-didzhital-marketing/>
 - 6) Artificial Intelligence (AI) Marketing Benchmark Report: 2023. Influencer MarketingHub: <https://influencermarketinghub.com/ai-marketing-benchmark-report/>
 - 7) Getting Personal: Consumer Perspectives on AI in Marketing and Customer Service: <https://get.treasuredata.com/rs/714-XIJ-402/images/Consumer-Perspectives-on-AI-In-Marketing-and-Customer-Service.pdf>
 - 8) M. Fishbein and I. Ajzen, Predicting and changing behavior: The reasoned action approach. New York, NY: Psychology Press, 2010.
 - 9) Netflix statistics & facts that define the company's dominance in 2023. Comparitech: <https://www.comparitech.com/blog/vpn-privacy/netflix-statistics-facts-figures/>
-