

УДК 07+316.774(076)

Трифан М. В. студентка спеціальності 072 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок

Науковий керівник: Башук Л. В., викладач

(Відокремлений структурний підрозділ «Конотопський індустріально-педагогічний фаховий коледж Сумського державного університету», м. Конотоп, Україна)

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА СУСПІЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

У сучасному світі маркетинг, суспільні комунікації та медіа є ключовими елементами, які застосовуються, як бренди та організація взаємодіють з аудиторією. Завдяки розвитку технологій, особливо цифрових, ці галузі стали ще більшими доходами та впливами. Маркетингові технології сприяють більш ефективному просуванню товарів і послуг, суспільні комунікації забезпечують зв'язок між громадськістю та організаціями, а медіа студії створюють контент, який формує суспільні цінності та культуру.

Суть маркетингових технологій :

- Маркетингові платформи включають інструменти та інструменти, які допомагають організаціям вивчати поведінку споживачів, розробляти персоналізовані рекламні кампанії та відстежувати результати.

- Основні напрямки: аналітика даних, автоматизація маркетингу, використання штучного інтелекту у рекламі.

Основні маркетингові технології :

- Автоматизація маркетингу : CRM-системи, що автоматизують комунікацію з клієнтами.

- Контент-маркетинг та SEO : створення унікального контенту та його оптимізація для пошукових систем.

- Big Data та аналітика : аналіз великих обсягів даних для точного гетингу.

- Штучний інтелект : персоналізація реклами, прогнозування запиту, чат-боти.

Приклади використання :

- Використовуються персоналізовані пропозиції та рекомендаційні системи, такі як Amazon, Netflix.

- Впровадження голосових помічників для взаємодії з брендом, як-от Alexa або Google Assistant.

Суспільні комунікації — це процес обміну інформацією між організаціями та громадськістю, що спрямовані на формування довіри, репутації та розуміння з боку суспільства.

Засоби суспільних комунікацій :

- Паблік рілейшнз (PR) : управління іміджем компанії, налагодження зв'язків з громадськістю.

- Соціальні мережі : платформи Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, які дають можливість швидко реагувати на запити аудиторії.

- Медіа-платформи : використання новинних порталів та телеканалів для передачі ключових повідомлень.

Важливість суспільних комунікацій :

- Формування та підтримка іміджу бренду, що сприяє довірі з боку громадськості.

- Управління кризовими ситуаціями через зниження комунікації, що забезпечує репутаційні ризики.

Роль медіа студій :

- Медіа студія є ключовими гравцями у створенні контенту, який разом із брендами доносить свої цінності та повідомлення до широкої аудиторії.

- Медіа студії займаються створенням відео, графічного контенту, подкастів, реклами та інтерактивних проектів.

Типи контенту, що створено в медіа студіях :

- Відеоконтент : відеореклама, корпоративні фільми, серіали.

- Соціальний контент : пости для соціальних мереж, що відповідають культурі та менталітету аудиторії.

- Розважальний контент : створення шоу, фільмів, програм, які приваблюють та підтримують увагу аудиторії.

Технологічні новації в медіа студіях :

- Віртуальна реальність (VR), доповнена реальність (AR), а також використання ШІ для генерації контенту та його адаптації під інтереси різних груп.

Маркетингові технології, суспільні комунікації та медіа студії тісно пов'язані між собою і суттєво впливають на наше життя. Завдяки технологіям маркетингу, медіа стали більш адаптивними, здатними реагувати на зміни та інтереси аудиторії в реальному часі. Медіа студії сприяють креативному вираженню і допомагають брендам донести їхню цінність, а суспільні комунікації формують зв'язок із суспільством, що сприяє сталому розвитку.

Список використаних джерел:

1. Пахуча Е.В. Маркетингові комунікації: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг». Державний біотехнологічний університет. Х., 2023. 101 с.

2. Іващенко В.Л. I-24 Сучасні медіа комунікативні технології: навчальний посібник. Київ: ТОВ «Видавництво “Розумники”», 2021. 192 с.