

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И МАРКЕТИНГ

Ю. С. Кондратюк (студент III курса), Н. А. Карпушенко (студентка III курса)

Проблематика. Данная работа направлена на исследование связи искусственного интеллекта с маркетингом.

Цель работы. Выявить влияние искусственного интеллекта на маркетинг.

Объект исследования. Искусственный интеллект.

Использованные методики. Аналитический метод, анализ, системный подход.

Научная новизна. В данной работе рассказывается о сути искусственного интеллекта, представлены его виды: слабый, сильный и супер-ИИ. Описываются основные этапы и уровни развития искусственного интеллекта. Рассматриваются последние достижения и прогресс в области искусственного интеллекта. В работе описаны возможности применения искусственного интеллекта в области маркетинга, приведены примеры использования систем искусственного интеллекта для автоматизации маркетинговых процессов, анализа данных, персонализации предложений и улучшения взаимодействия с клиентами.

Полученные научные результаты и выводы. Искусственный интеллект имеет значительное влияние на маркетинг и предоставляет множество новых возможностей для оптимизации стратегий и улучшения взаимодействия с клиентами. Искусственный интеллект позволяет автоматизировать многие рутинные задачи, освобождая время маркетологов для более стратегической работы.

Он обладает способностью анализировать огромные объемы данных и выявлять скрытые закономерности и тренды. Это позволяет специалистам более точно понимать свою целевую аудиторию, предсказывать поведение потребителей и принимать более обоснованные решения в своих маркетинговых стратегиях.

Искусственный интеллект помогает создавать персонализированные маркетинговые кампании и предлагать клиентам релевантные продукты и услуги, основываясь на их предпочтениях и поведении, что способствует улучшению клиентского опыта и увеличению уровня удовлетворенности клиентов.

Искусственный интеллект стимулирует развитие новых технологий в области маркетинга, таких как голосовые и текстовые ассистенты, чат-боты, компьютерное зрение и распознавание образов. Эти технологии предоставляют новые способы коммуникации с клиентами и открывают дополнительные каналы продвижения товаров и услуг. В целом искусственный интеллект предоставляет маркетологам мощный инструментарий для оптимизации своих стратегий, улучшения взаимодействия с клиентами и достижения более эффективных результатов в сфере маркетинга.

Практическое применение полученных результатов. Полученные научные результаты позволяют решить ряд проблем, направленных на повышение эффективности и улучшение взаимодействия с клиентами. Они открывают возможности для автоматизации и оптимизации процессов маркетинга, а также анализа данных.