

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В МАРКЕТИНГЕ

Уайда А. Е.
старший преподаватель, научный руководитель
Евразийского национального университета им. Л.Н.Гумилева
Алгалиева Г. С.
Казахстан, г. Астана

Аннотация. Искусственный интеллект в маркетинге - два прогрессирующих направления в 21 веке, становятся отличным комбо для развития всего мира.

Прогрессирующий мир развивается со скоростью света направляя нас на новые технологии и возможности для улучшения жизни.

Искусственный интеллект и маркетинг поток интересов, который исходит от правильной подачи стратегий и информации.

Алгоритм двух направлений зависит от нас и наших интересов. Чем больше интереса, тем лучше развитие. Изучая новые технологии и новшества, мы стали на шаг ближе к совершенству.

Ключевые слова: маркетинг, искусственный интеллект, реклама, PR, стратегия и тенденция

Annotation. Artificial intelligence in marketing - two progressive trends in the 21st century, are becoming an excellent combo for the development of the whole world.

The progressive world is developing at the speed of light, directing us towards new technologies and opportunities for improving life.

Artificial intelligence and marketing is a flow of interest that comes from the correct presentation of strategies and information.

The algorithm of two directions depends on us and our interests. The more interest, the better the development. By exploring new technologies and innovations, we are one step closer to perfection.

Ключевые слова: маркетинг, искусственный интеллект, реклама, PR, стратегия и тенденция

Искусственный интеллект – система программ, которая используется для понимания человеческого интеллекта. Программы искусственного интеллекта состоят из вычисления нужного процента в разных областях, по интересам людей.

Искусственный интеллект новая компьютерная система, которая начала создаваться с 20-го века и по сей день изучается, придумывая новые пути изучения и понимания человеческого интеллекта.

Маркетинг – новая волна рекламы и pr сферы, которая помогает заинтересовать людей. С каждым днем в мире, появляются разные вещи способные заинтересовать многих, но без правильной рекламы и стратегий маркетинга, можно пропустить мимо себя то, что твоя душа давно желала.

Многие говорят, бойся своих желаний, ведь все, что ты пожелаешь может воплотиться в реальность, главное захотеть. Такие технологии используются в маркетинге, и в искусственном интеллекте – что захочешь, то и получишь.

Маркетинг – реклама, искусственный интеллект – процент интересов, который высчитывается с помощью потока интересов от реклам исходящие от правильных ходов и стратегий реклам.



Рисунок : 1 – таблица

Искусственный интеллект (ИИ) играет ключевую роль в маркетинге, предоставляя инструменты для анализа данных, персонализации контента, управления рекламными кампаниями и автоматизации процессов. Он помогает компаниям лучше понимать свою аудиторию, прогнозировать поведение потребителей, оптимизировать стратегии продаж и создавать более эффективные коммуникационные каналы.

Компании современного мира перешли на новую волну технологий, где каждая компания и бренд могут найти для себя важный элемент, который поможет перейти на новый уровень и развить.

Маркетинг стал большой частью развития компаний и брендов на мировом рынке, что подвигло создавать новые технологии для большего успеха работы в разных областях.

Искусственный интеллект и маркетинг часто взаимодействуют в следующих областях:

- **Аналитика данных:** ИИ помогает анализировать большие объемы данных о поведении потребителей, предсказывать их предпочтения и поведенческие тенденции.
- **Персонализированный маркетинг:** Используя алгоритмы машинного обучения, можно создавать персонализированные рекламные кампании, контент и предложения, учитывая индивидуальные потребности и предпочтения каждого потребителя.
- **Автоматизация маркетинговых процессов:** ИИ может автоматизировать ряд задач, таких как отправка персонализированных email-рассылок, управление рекламными кампаниями на платформах вроде Google Ads и Facebook Ads, анализ эффективности кампаний и т. д.
- **Прогнозирование и оптимизация:** ИИ помогает прогнозировать результаты маркетинговых кампаний, оптимизировать бюджеты и ресурсы, а также принимать более обоснованные стратегические решения.

Искусственный интеллект в PR может быть использован для анализа медиа-потока, мониторинга общественного мнения, определения трендов, а также для создания персонализированных коммуникационных стратегий и контента. Он помогает PR-специалистам лучше понимать реакцию аудитории на определенные события или инициативы, а также прогнозировать возможные репутационные риски, искусственный интеллект и маркетинг могут быть тесно связаны. Искусственный интеллект используется в маркетинге для анализа данных о потребителях, прогнозирования трендов, персонализации рекламы и контента, автоматизации процессов маркетинга и многое другое.

В целом, использование ИИ в PR способствует более точному и эффективному взаимодействию с целевой аудиторией и формированию позитивного образа бренда.

Так какие компании используют искусственный интеллект в современном мире маркетинга и pr хода?

INSTAGRAM – социальная сеть используемая 2 миллиардами людей в нашем мире для создания своего блога, общения и коммуникации с людьми с разных точек нашего земного шара.

Создавая данную социальную сеть, было продуманно, что будет использоваться для создания своего собственного блога, который может просмотреть каждый, кто зайдет на вашу страницу в Instagram.

Прошло много времени, люди стали прогрессировать, технологии начали развиваться молниеносно, что и поменяло работу Instagram.

На данный момент работа Instagram – это реклама и pr. То есть, каждый здесь что-то рекламирует и нацеливается на целевую аудиторию, которая набирается с помощью искусственного интеллекта.

Какую помощь может дать искусственный интеллект?

Благодаря рекламам и разным ходам маркетинга люди натываются на определенные вещи, которые могут их заинтересовать, это все суммируется и выходит генератор интересов людей, которые посещают Instagram.

То есть, искусственный интеллект – это помощник для развития маркетинга и реклам в определенных социальных сетях, как Instagram, Facebook и Twitter. В пример, можно взять любую область, в которой, интеллект и маркетинг играют ключевые роли. Как компании или приложения, которые мы используем каждый день.

- **Повышение эффективности:** Искусственный интеллект может значительно повысить эффективность маркетинговых кампаний, помогая анализировать данные более точно и принимать обоснованные решения.

- **Персонализация:** ИИ позволяет создавать персонализированный контент и рекламу, учитывая индивидуальные предпочтения и потребности клиентов, что увеличивает вероятность успешного взаимодействия.

- **Автоматизация:** Использование ИИ позволяет автоматизировать множество рутинных задач маркетологов, таких как отправка рассылок, анализ данных и управление рекламными кампаниями.

Да, искусственный интеллект и маркетинг могут быть тесно связаны. Искусственный интеллект используется в маркетинге для анализа данных о потребителях, прогнозирования трендов, персонализации рекламы и контента, автоматизации процессов маркетинга и многое другое.

1. Компании - могут использовать искусственный интеллект, как элемент маркетинга, например, создать робот-машину, который будет отвечать за коммуникацию с людьми. Все это можно использовать добавив в систему интеллекта, функцию "Что нравится людям?", доброжелательность, любезность и так далее. Такой подход к новому станет мостом между маркетингом и искусственным интеллектом.

2. Приложения - Наш мир невозможно представить без рекламы и маркетинга, каждый наш шаг состоит из рекламы или алгоритма, который создал искусственный интеллект, с помощью наших интересов. установка любого приложения в нашем смартфоне - от простых игр до мессенджеров, которые помогают нам поддерживать связь находясь в разных точках мира. Приложения были созданы для удобства человечества, но современный мир не стоит на одном месте, и вышли на новый уровень, где каждый наш шаг равен новому алгоритму наших реклам, а дальше и искусственному интеллекту.



Рисунок: 2 – таблица

Искусственный интеллект в маркетинге оказывает значительное влияние на целевую аудиторию. Он позволяет создавать персонализированный контент и рекламу, которые лучше соответствуют потребностям и предпочтениям каждого отдельного потребителя. Это создает более глубокое и значимое взаимодействие между брендом и клиентом, увеличивая вероятность успешной конверсии и удержания клиентов на долгосрочной основе. Кроме того, использование ИИ позволяет проводить более точное таргетирование аудитории, оптимизировать маркетинговые кампании и предсказывать тренды, что способствует более эффективному использованию ресурсов и достижению более высоких результатов.

Искусственный интеллект может помочь в маркетинге во многих аспектах:

- **Анализ данных:** ИИ способен обрабатывать большие объемы данных и выявлять скрытые закономерности и тренды, помогая компаниям принимать более обоснованные стратегические решения.
- **Персонализация контента:** Используя данные о предпочтениях и поведении потребителей, ИИ помогает создавать персонализированный контент и рекламу, что повышает вовлеченность аудитории и эффективность маркетинговых кампаний.
- **Прогнозирование и оптимизация:** Алгоритмы машинного обучения позволяют прогнозировать результаты маркетинговых кампаний, оптимизировать бюджеты и стратегии распределения ресурсов для достижения максимальной отдачи.
- **Автоматизация процессов:** ИИ может автоматизировать рутинные задачи в маркетинге, такие как отправка электронных писем, обработка запросов и анализ данных, что освобождает время сотрудников для выполнения более стратегически важных задач.
- **Улучшение опыта клиента:** Через анализ данных о клиентах и их взаимодействии с брендом, ИИ помогает улучшить обслуживание клиентов, предоставляя персонализированные рекомендации, быстрое реагирование на запросы и повышение уровня удовлетворенности клиентов.

Искусственный интеллект – стал новой волной в развитии технологий по всему миру, который генерирует поток интересов людей, которые приходят с помощью реклам и стратегий маркетинга. Люди, стали развиваться очень быстро и технологии подстраиваются под нас, как и искусственный интеллект, который нацелен для понятия мышления человечества, на данный момент он только способен на сгенерировать желание людей от реклам. Поэтому, развивая себя мы и развиваем все вокруг себя.

Список литературы

1. Баррет Дж. Последнее изобретение человечества: Искусственный интеллект и конец эры Homo sapiens ; Пер. с англ. – 2-е изд. – М. : Альпина нон-фикшн, 2019.
2. Пластун Кристина Евгеньевна. Влияние искусственного интеллекта на современный маркетинг.

[<https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-iskusstvennogo-intellekta-na-sovremennyu-marketing>]

3. Борников М.А. Применение искусственного интеллекта в маркетинге.

[<https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-iskusstvennogo-intellekta-v-marketinge>]

4. Берджесс Э.: Искусственный интеллект - для вашего бизнеса: Руководство по оценке и применению; - М. : Альпина Паблишер, 2020

ПОДСЕКЦИЯ 13.3. ЦИФРЛЫҚ МЕДИАНЫ БАСҚАРУ / МЕНЕДЖМЕНТ ЦИФРОВЫХ МЕДИА

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ: ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЕ ЖАНРА РЕАЛИТИ ШОУ В ЦИФРОВОЙ ЭПОХЕ

Смаханов Яссауи Тұрланұлы

galaxymultimedia2000@gmail.com

Магистрант Казахского Национального университета искусств, Астана, Казахстан
Научный руководитель – Смаилова И.Т. – кандидат искусствоведения, профессор
КазНУИ

Реалити-шоу (от англ. reality show) — это телевизионный формат, представляющий собой вид развлекательной программы, в которой реальные люди, а не актеры, выступают в роли участников. Цель реалити-шоу — отобразить повседневную жизнь или создать ситуации, в которых участники сталкиваются с различными заданиями, испытаниями или вызовами. Типы реалити шоу могут разными, однако, суть одна – показать жизнь и эмоции настоящего человека.

Появление реалити шоу на телевидении породило небывалый всплеск интереса у зрителей. Первые шоу, имеющие признаки реалити возникли в 1950-х годах в США, и представляли собой передачи, где реальные люди попадали в драматические и непредсказуемые ситуации, снятые на скрытую камеру (1947, Candid Camera). Так же в это время появляются викторины и шоу-конкурсы с простыми обывателями. Однако, лишь с появлением на телеканале МТВ программы «Реальный мир» в 1991 году мы начали наблюдать появление множества текстовых характеристик, которые стали определяющими для текущей формы этого жанра [1]. Восемь человек были выбраны для того, чтобы прожить под одной крышей в течении определенного времени. Благодаря тесному окружению у героев реалити шоу завязываются близкие взаимоотношения со зрителем, раскрываются злободневные темы как секс, предрассудки, религия, аборт, политика, алкоголь, наркотики. Стремление наблюдать за жизнью других людей является врождённым инстинктом, присущим социальной природе человека, который помогает нам понимать себя и формировать свои собственные ценности и представление о мире. Люди могут сравнивать себя с другими, исследуя их жизни, чтобы оценить собственные достижения, уровень счастья или статус. Наблюдение за другими также является средством развлечения, способом отвлечься от собственных проблем.

Рождение социальных сетей стимулировало возникновение контента на новых онлайн-платформах на основе трансформации жанра реалити шоу. Блоггинг или влоггинг на просторах интернета позаимствовал много терминов и выражений из привычного телевизионного мира. Например, каналы, рейтинги, аудитория, охват. Личные страницы и каналы стали элементом реалити., всё больше превращаясь в способ маркетинга и продвижения, привлекая на свою страницу большую аудиторию и рекламодателей. Известный психолог, телеведущий, продюсер Андрей Курпатов в своём видеоблоге говорит: «Когда вы видите определенную жизнь в социальной сети, это кино,