

УДК 331.108.45

*Денисенко И.А., доктор экономических наук, профессор, ФГБОУ ВО «Луганский государственный университет имени В. Даля»,*

*Пономарёв А.А., старший преподаватель, ФГБОУ ВО «Луганский государственный университет имени В. Даля».*

## **КЛАССИФИКАЦИЯ СПОСОБОВ ПОДГОТОВКИ ПЕРСОНАЛА ПО ЦИФРОВОМУ МАРКЕТИНГУ С ЦЕЛЬЮ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ**

*Аннотация: Подготовка персонала по цифровому маркетингу с целью устойчивого развития является актуальной задачей. При этом важно выбрать способ подготовки персонала по цифровому маркетингу, который подошёл бы в каждом конкретном случае. В данной статье рассматриваются подходы к классификации способов подготовки персонала по цифровому маркетингу с целью устойчивого развития.*

*Ключевые слова: персонал, цифровой маркетинг, устойчивое развитие, способы подготовки персонала.*

Темы, которые являются перспективными в сфере подготовки персонала для цифровой экономики с целью устойчивого развития, включают:

1. Искусственный интеллект и машинное обучение: Квалификация в области искусственного интеллекта и машинного обучения может помочь работникам в разных дисциплинах, таких как наука о данных, информатика, бизнес-аналитика, разработка программного обеспечения и техническая поддержка.

2. Интернет вещей (IoT): Развитие IoT также приводит к тому, что требуется больше специалистов, которые могут работать с устройствами IoT, управлять ими, а также разрабатывать приложения, которые позволяют контролировать эти устройства.

3. Кибербезопасность: Кибербезопасность - это еще одна область, в которой требуются специалисты для обеспечения безопасности цифровых систем. Они должны быть знакомы с различными видами кибератак и уметь защищаться от них.

4. Цифровой маркетинг: С расширением использования цифровых технологий от компаний требуется больше специалистов, которые могут создавать

цифровые маркетинговые стратегии и проводить эффективную рекламу в Интернете.

5. Управление данными: Управление данными - это еще один аспект, который стал главным востребованием в цифровой экономике. Требуется больше специалистов, которые могут организовывать, хранить, обрабатывать и анализировать данные для принятия решений.

Актуальность темы «Классификация способов подготовки персонала по цифровому маркетингу с целью устойчивого развития» связана с ростом значимости и использования цифровых технологий в маркетинге. В свою очередь, подготовка персонала в области цифрового маркетинга является необходимым условием для эффективной работы компаний на современном рынке. Классификация способов подготовки персонала по цифровому маркетингу позволяет оценить различные подходы к обучению персонала, оценить их эффективность и выбрать наиболее подходящий для конкретной организации. Особое значение этой темы проявляется при учете необходимости устойчивого развития организаций и поддержки конкурентоспособности на рынке.

Многие ученые изучали способы подготовки персонала по цифровому маркетингу. За последние четыре года данную тему исследовали следующие ученые-экономисты:

1. Александра Владимировна Коновалова, ассистент кафедры маркетинга и коммуникаций Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. В ее научно-исследовательской работе «Обучение цифровому маркетингу: проблемы и перспективы» исследовались способы подготовки персонала по цифровому маркетингу [3].

2. Ирина Сергеевна Кичигина, доцент кафедры маркетинга и рекламы Высшей школы экономики. Она проводит исследования в области маркетинга и рекламы, включая исследование способов подготовки персонала по цифровому маркетингу [4].

3. Ольга Викторовна Гришан, доцент кафедры маркетинга РГУ имени С.А. Есенина. В ее научной работе «Использование современных цифровых технологий

в обучении цифровому маркетингу» исследовался опыт использования современных цифровых технологий при подготовке персонала по цифровому маркетингу [1].

4. Лариса Вячеславовна Кашубина, профессор кафедры экономической кибернетики Московского государственного университета экономики, статистики и информатики (МЭСИ). В ее работе «Цифровое образование: бизнес-образование в цифровой экономике» исследовались проблемы, связанные с обучением персонала по цифровому маркетингу [2].

5. Данияр Муратов, доцент кафедры маркетинга и рекламы Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. В его научных трудах исследуются различные аспекты цифрового маркетинга, включая и обучение персонала [5].

Это лишь несколько примеров ученых, которые изучали способы подготовки персонала по цифровому маркетингу.

Требуют переосмысления, на научных началах, способы подготовки персонала по цифровому маркетингу с целью устойчивого развития. Таким образом, разработка обновлённой классификации способов подготовки персонала по цифровому маркетингу, с целью устойчивого развития, явилась актуальной предпосылкой для проведения данного исследования.

Целью исследования является разработка классификации способов подготовки персонала по цифровому маркетингу с целью достижения высокого уровня устойчивого развития.

Основными задачами исследования являются:

- рассмотрение существующих классификаций способов подготовки персонала по цифровому маркетингу с целью устойчивого развития;
- разработка обновлённой классификации способов подготовки персонала по цифровому маркетингу с целью устойчивого развития.

Тема «Классификация способов подготовки персонала по цифровому маркетингу с целью устойчивого развития» объединяет две важные сферы - цифровой маркетинг и устойчивое развитие организаций, что ранее не было

исследовано в достаточной мере. Кроме того, классификация способов подготовки персонала по цифровому маркетингу, которая предлагается в данной теме, может представлять новые подходы и методы обучения, фокусируясь на повышении конкурентоспособности и устойчивости организаций в условиях быстро развивающихся технологий.

Александра Владимировна Коновалова в своей работе упоминает следующие способы подготовки персонала по цифровому маркетингу[3]:

1. Онлайн-курсы и вебинары. Данный формат позволяет осваивать материал в режиме онлайн, не выходя из дома или офиса. В интернете существует множество курсов по цифровому маркетингу, как платных, так и бесплатных.

2. Обучение в учебных центрах и высших учебных заведениях. В России существуют образовательные программы по цифровому маркетингу в различных учебных заведениях, в том числе и в финансовом университете.

3. Консалтинговые услуги. При необходимости можно обратиться к квалифицированным экспертам в области цифрового маркетинга, которые окажут помощь в разработке стратегии и настройке рекламных кампаний.

4. Самообразование. Профессиональный рост в области цифрового маркетинга возможен и благодаря самообразованию. Сегодня в интернете есть множество полезной информации, которая поможет расширить знания и навыки в данной области.

Важно помнить, что подготовка персонала по цифровому маркетингу необходима для эффективной работы в рекламном секторе, поэтому следует выбирать наиболее подходящий способ обучения и не останавливаться на достигнутом, а постоянно улучшать свои знания и навыки.

В своей работе «Подготовка персонала по цифровому маркетингу: актуальные требования и способы решения» Кичигина И. С. упоминает о различных способах подготовки персонала по цифровому маркетингу, включая [4]:

1. Организация внутренних тренингов и семинаров для сотрудников компании.

2. Сотрудничество с университетами и курсами по цифровому маркетингу для обучения персонала.

3. Повышение компетенций персонала с помощью онлайн-курсов и вебинаров.

4. Организация обучения на рабочем месте через менторинг и коучинг.

5. Найм квалифицированных специалистов по цифровому маркетингу в команду компании, с целью передачи знаний и опыта.

В своей научной работе «Использование современных цифровых технологий в обучении цифровому маркетингу» Гришан О.В. упоминает о различных способах подготовки персонала по цифровому маркетингу, включая [1]:

1. Использование онлайн-курсов и вебинаров для обучения персонала. Это позволяет сотрудникам обучаться гибко и на свое усмотрение, не отвлекаясь от работы.

2. Создание внутренней системы обучения с помощью электронных учебных материалов. Это помогает сотрудникам получить необходимые знания и умения в удобное для них время и в масштабах компании.

3. Организация мастер-классов, тренингов и семинаров по цифровому маркетингу с участием ведущих экспертов. Это позволяет получить новые знания и опыт, а также наладить контакты со своими коллегами и экспертами в своей области.

4. Участие сотрудников в конференциях, выставках и других профессиональных мероприятиях. Это помогает сотрудникам быть в курсе последних тенденций и развития отрасли, а также наладить контакты с потенциальными клиентами и партнерами.

В научной работе «Цифровое образование: бизнес-образование в цифровой экономике» Лариса Вячеславовна Кашубина рассматривает несколько способов подготовки персонала по цифровому маркетингу [2]:

1. Онлайн-курсы и MOOC (massive open online course) - курсы, доступные для всех желающих через интернет. К таким курсам относятся Google Online Marketing Challenge, Hubspot Academy, Coursera, Udemy и другие.

2. Курсы и тренинги, проводимые в компаниях, которые специализируются на цифровом маркетинге. Такие курсы могут быть совсем короткими и включать только базовые знания по теме, или длительными при полном погружении в профессию.

3. Сертификационные программы, предлагаемые профессиональными ассоциациями и организациями. Такие программы обычно требуют тщательной подготовки, но дают сертификаты, закрепляющие знания и навыки в цифровом маркетинге.

4. Практика в компаниях. Для того чтобы успешно работать в цифровом маркетинге, необходима значительная практическая работа. Поэтому многие компании предлагают программы обучения, в ходе которых студенты могут получить реальный опыт в работе с проектами.

5. Индивидуальное обучение. Некоторые люди предпочитают учиться самостоятельно, используя книги, статьи, видеоуроки, аудио лекции и другие материалы доступные в сети. Каждый может найти эффективный подход к обучению по цифровому маркетингу в зависимости от своих личных нужд и стилей обучения.

Данияр Муратов в своей научной работе «Подготовка персонала по цифровому маркетингу: современные тренды и практики» упоминает несколько способов подготовки персонала по цифровому маркетингу, а именно[5]:

- Использование онлайн-курсов и тренингов;
- Привлечение квалифицированных тренеров и экспертов в общей сфере цифрового маркетинга;
- Стажировки и практики в структурированных и системных формах;
- Регулярное обновление знаний и навыков сотрудников с использованием вебинаров и онлайн-встреч;
- Участие в научных и профессиональных конференциях, семинарах и мастер-классах по цифровому маркетингу.

Обобщенная классификация способов подготовки персонала по цифровому маркетингу с целью устойчивого развития, может быть представлена следующим образом:

1. По формату: лекции, вебинары, тренинги, онлайн-курсы, мастер-классы, практики и т.д.
2. По уровню сложности: базовые программы, программы среднего уровня и полные программы подготовки.
3. По области цифрового маркетинга: SMM, SEO, контент-маркетинг, email-маркетинг и т.д.
4. По типу организации, проводящей программу: вузы, бизнес-школы, маркетинговые агентства и т.д.
5. По продолжительности: краткосрочные и долгосрочные программы.
6. По типу сертификации: участие в программе, получение сертификата или диплома.

В заключении можно сделать следующие общие выводы:

1. Время изменений и цифровизации требует от компаний, занимающихся маркетингом, постоянно развиваться и адаптироваться к новым технологиям.
2. Для успешного развития компаний необходимо иметь специалистов, профессионально подготовленных в цифровом маркетинге.
3. Существует множество способов подготовки персонала по цифровому маркетингу, включая обучение в учебных центрах, онлайн-курсы, семинары, конференции и т.д.
4. Некоторые компании предпочитают разработать собственные программы обучения, чтобы увереннее управлять квалификацией своих сотрудников, соответствующую их специфическим потребностям.
5. Классификация способов подготовки персонала по цифровому маркетингу должна учитывать индивидуальные потребности компаний и специфику ее бизнеса.
6. Подготовленный персонал способствует устойчивому развитию компании, наращиванию конкурентоспособности и росту прибыли.

### **Список использованных источников**

1. Гришан О.В. Использование современных цифровых технологий в обучении цифровому маркетингу // Вестник РГУ имени С.А. Есенина. – 2020. – № 2 (58). – С.55-61.
2. Кашубина Л.В. Цифровое образование: бизнес-образование в цифровой экономике // Экономическая кибернетика. - 2020. - Т. 4. - № 2. - С. 5-17.
3. Коновалова, А. В. (2021). Обучение цифровому маркетингу: проблемы и перспективы [Training in digital marketing: problems and prospects]. Вестник Финансового университета, 25(3), 7-16. doi: 10.26794/2226-7867-2021-25-3-7-16
4. Кичигина, И. С. (2019). Подготовка персонала по цифровому маркетингу: актуальные требования и способы решения [Preparation of personnel in digital marketing: current requirements and ways to solve it]. Маркетинг в России и за рубежом, 1(29), 104-113.
5. Муратов Д. О. Подготовка персонала по цифровому маркетингу: современные тренды и практики / Д. О. Муратов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2019. – № 4 (136). – С. 50-60.

---

*Denisenko I.A., Doctor of Economics, Professor, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Luhansk Vladimir Dahl State University»,*

*Ponomarev A.A., Senior Lecturer, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Luhansk Vladimir Dahl State University».*

### **CLASSIFICATION OF WAYS TO TRAIN PERSONNEL IN DIGITAL MARKETING FOR THE PURPOSE OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT**

*Abstract: Training of personnel in digital marketing for the purpose of sustainable development is an urgent task. At the same time, it is important to choose a method of training digital marketing personnel that would be suitable in one case or another. This article discusses approaches to the classification of ways to train personnel in digital marketing for the purpose of sustainable development.*

*Key words: personnel, digital marketing, sustainable development, methods of personnel training.*