

УДК 658

ЦИФРОВОЙ МЕНЕДЖМЕНТ И ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ: СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Назарова Е.В.

Студент 1 курса очной формы обучения,

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

ЧОУ ВО ЮУ (ИУБиП)

E-mail: lizavetta_18_2021@mail.ru

Аннотация: Как нам всем известно, прогресс не стоит на месте, это и влечет за собой огромное количество изменений во всех сферах жизни человека. В данной статье рассматривается проблематика современных аспектов управления организацией, также в ней подробно разобраны такие понятия как «цифровой менеджмент» и «цифровой маркетинг» и исследованы основные проблемы в развитии современного менеджмента и маркетинга.

Ключевые слова: информационные технологии, цифровой менеджмент, цифровой маркетинг.

DIGITAL MANAGEMENT AND DIGITAL MARKETING: MODERN ASPECTS OF ORGANIZATION MANAGEMENT

Nazarova E.V.

Abstract: As we all know, progress does not stand still, and this entails a huge number of changes in all spheres of human life. This article discusses the problems of modern aspects of organization management, it also examines in detail such concepts as "digital management" and "digital marketing" and examines the main problems in the development of modern management and marketing.

Keywords: information technology, digital management, digital marketing.

«Задача успешного менеджмента – сделать организацию результативной и эффективной в ближайшей и долгосрочной перспективе.»

И. Адизес

В настоящее время все, что нас окружает, подлежит изменениям, но конкретно в данный момент мы рассмотрим изменения, которые связаны с обществом, а точнее с внедрением и использованием информационных технологий в обществе. В зависимости от всевозможных информационных

новинок, в геометрической прогрессии меняется структура сознания современного человека, далее за изменением сознания, происходят коренные изменения в деятельности организаций. Ключевое значение такие изменения имеют для цифрового маркетинга и менеджмента.

Перспективы развития и проблемы экономики в современном мире значительно влияют, а где-то даже требуют изменений в теории и в практике управления.

К современным тенденциям динамики экономики, можно отнести перемены и инновационные подходы в цифровом менеджменте и маркетинге: изменения макроэкономических условий, характеризующихся стабилизацией мировых цен на нефть и приостановления роста сырьевого экспорта; не совпадение процессов глобализации, происходящие в различных сферах экономики [1].

Так что же такое «цифровой менеджмент» и «цифровой маркетинг»? Разберем подробнее каждый из терминов:

Цифровой менеджмент - это целенаправленное влияние, которое осуществляется при помощи современных информационно-коммуникационных технологий, на объект управления с целью сохранения им заданной траектории в динамической среде [2].

Цифровой маркетинг – общий термин, который используется для обозначения таргетивного и интерактивного маркетинга товаров и услуг, использующего цифровые технологии для привлечения потенциальных клиентов и удержания их в качестве потребителей [3].

Все современные изменения, которые происходят в цифровом маркетинге и менеджменте делятся на три основные группы:

Инновации, внедряемые в методологию менеджмента, заключаются в формировании новых направлений в представлении управления: коммуникационный, командный, сетевой, гендерный и т.д. менеджмент.

Инновации, внедряемые во внутренние структурные подвиды всего менеджмента, который в больших фирмах и корпорациях принято

разграничивать на: производственный, финансовый, внешнеэкономический, кадровый и т.д. менеджмент.

Инновации, внедряемые в основы науки и практики единого маркетинга и менеджмента.

С возникновением преобразований в организационных структурах управления, появились новые способы формирования способов самоорганизации и самоуправления, а также расширилась проблематика в сфере управления.

В России менеджмент имеет недолгую историю относительно с развитыми странами, поэтому основной проблемой для успешного развития цифрового менеджмента является качество управления, так как недостаточно профессионалов, которые, выходя из ВУЗов, имеют необходимую практическую базу знаний и опыт управления, чтобы сразу начать осваивать все новые принципы управления. По этой причине воплотить всевозможные новейшие принципы менеджмента проблематично.

Другой проблемой, с которой нередко сталкиваются многие организации, является конфликт и отсутствие взаимопонимания между владельцами компаний и менеджерами. Когда первые хотят максимизировать прибыль, без внедрения новшеств, а менеджер в первую очередь стремится достичь всех стратегических целей компании.

Таким образом, подводя итог, можно сделать вывод о том, что развитие цифрового маркетинга и менеджмента обуславливается в первую очередь процессами интеграции и глобализации, совершенствованием имеющихся технологий, внедрением новшеств, которые требуются для успешного осуществления управления. Поэтому любая организация в современных условиях должна быть готова ко всем изменениям в общественной сфере, постоянно адаптироваться под новые условия и совершенствовать деятельность своего предприятия, вновь и вновь достигая поставленных целей.

Библиографический список

1. <https://referat.yabotanik.ru/menedzhment/cifrovoy-menedzhment-i-cifrovoy-marketing-sovremennye/340487-3748697-page1.html> (дата обращения 01.02.2022).
2. <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovoy-menedzhment> (дата обращения 01.02.2022).
3. https://ru.wikipedia.org/wiki/Цифровой_маркетинг#:~:t.. (дата обращения 01.02.2022).
4. Остроухова А.В. Махотенко М.А. Государственное регулирование цифровизации малого бизнеса // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2019. – Т.5, № 2. - С. 242-247. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_41353660_48512246.pdf (дата обращения 01.02.2022).
5. Туманова С.В. Цифровой маркетинг как инструмент оптимизации бизнес-процессов // Интеллектуальные ресурсы-региональному развитию. – 2020. – № 1 – С. 278-282.