

**НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ДЕРЖАВНОЇ ПРИКОРДОННОЇ
СЛУЖБИ УКРАЇНИ ІМЕНІ БОГДАНА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО**



Співорганізатори

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ОБОРОНИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ПОВІТРЯНИХ СИЛ
ІМЕНІ ІВАНА КОЖЕДУБА
ДНІПРОПЕТРОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВНУТРІШНІХ СПРАВ
ДОНЕЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВНУТРІШНІХ СПРАВ
ДЕРЖАВНИЙ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ІНСТИТУТ МВС УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ СЪХОДІТНИХ ВІЙСЬК
ІМЕНІ ГЕТЬМАНА ПЕТРА САГАЙДАЧОВОГО
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ГВАРДІЇ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ СЛУЖБИ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ВНУТРІШНІХ СПРАВ
ВІЙСЬКОВА АКАДЕМІЯ (м. Одеса)
ВІЙСЬКОВИЙ ІНСТИТУТ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ ТА ІНФОРМАЦІЇ
ІМЕНІ ГЕРОЇВ КРУТ

**СЕКТОР БЕЗПЕКИ І ОБОРОНИ УКРАЇНИ НА ЗАХИСТІ
НАЦІОНАЛЬНИХ ІНТЕРЕСІВ: АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
ТА ЗАВДАННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ**

II Міжнародна
науково-практична конференція
23 листопада 2023 року



<i>КАРИТОН Алла</i>	
Communication opportunities of digital channels	953
<i>КІРЕЄВА Ольга, ТИЦУК Віктор</i>	
Основні критерії класифікації дезінформації як інструменту розвідувально-підривної діяльності спеціальних служб російської федерації	955
<i>КОБЗАР Олег, БАСАРАБ Олександр</i>	
Забезпечення захисту інформації під час передачі службових повідомлень відкритими месенджерами.....	960
<i>LARIN Volodymyr, HMYRHA Viktoriia, ROMANOVSKA Liudmyla</i>	
Cyber security and its role in ensuring national security	963
<i>ЛЕОНОВИЧ Михайло</i>	
Кіберзагрози в аспекті вразливості критичної інфраструктури.....	965
<i>МАЗУР Іван, ДУДАР Євген</i>	
До питання розвитку цифрової компетентності офіцерів військового управління Збройних Сил України в системі підвищення кваліфікації.....	967
<i>МАНЗЯК Аліна</i>	
Інформаційна безпека та кібербезпека: пріоритетні напрями забезпечення	970
<i>МУЛ Дмитро, ПРОКОПЕНКО Євгеній</i>	
Структура бази знань системи підтримки прийняття рішень для оцінки дій імовірного порушника безпеки інформації	972
<i>НІКОЛАЄНКО Олександр</i>	
Криптовалюта як інструмент фінансування війни.....	974
<i>ОСЬОДЛО Василь, СЕГЕДА Сергій, ВЕДЕНЄСВ Дмитро</i>	
Організаційно-правові заходи із творення структур інформаційного протидіяння Сил спецоперацій Збройних Сил України (2016–2022 роки).....	977
<i>ПЕЛЕПЕЙЧЕНКО Людмила</i>	
Інформаційні загрози формуванню масової свідомості українців у період війни	980
<i>ПЛАЗОВА Тетяна, ФЕДИК Назар</i>	
Інформаційна складова російсько-української війни	983

COMMUNICATION OPPORTUNITIES OF DIGITAL CHANNELS

Alla Kapiton

The communicative capabilities of digital channels are gaining special importance in today's conditions. Digital marketing (English: Digital marketing, Digital marketing) is a general term used to denote targeted and interactive marketing, goods and services that use digital technologies to attract potential customers and retain them as consumers. The main tasks of digital marketing are to promote the brand and increase sales using various methods. In addition to mobile technologies, information and communication technologies and other methods of digital marketing use the Internet as the main communication medium. The main means of targeted marketing is lead generation [1-2].

The essence of lead generation comes down to the fact that the client sends requests for receiving leads according to his criteria. The business immediately says what target audience it needs, based on the services or product the business wants to offer. In turn, the company engaged in digital marketing selects the target audience based on the client's requirements and begins to conduct a marketing campaign, separate for each business. The main disadvantage of this method is that everything boils down to the email address of the lead. Therefore, the e-mail address of the lead to which the message will be sent may no longer be active or simply not valid. It is here that specialists will check the relevance of the lead's personal information and the validity of the email address using various web services.

Therefore, based on the relevance of educated issues and commercial potential for business, the relevance of designing, developing and implementing the automation of the lead generation process for marketing using the CRM platform was determined. This task can be performed by creating a web application using the Java programming language, which will be a CRUD application for adding, reading, updating and deleting data from the database. It is necessary to create a prototype of the CRM platform. Although, such platforms are primarily application software for organizations designed to automate strategies for interaction with customers (clients), in particular to increase the level of sales, optimize marketing and improve customer service by saving

information about customers and the history of relationships with them, establishing and improvement of business processes and further analysis of results, but the implemented functionality is sufficient to solve the main problems in the process of lead generation. Any software product must be maintained, updated, and refined. Therefore, all other functions that a full-fledged CRM platform should have should be developed and introduced by a separate module in the future. This is possible thanks to thoughtful architectural decisions made at the stage of design and technology selection. After all, it is Java in combination with the Maven project automatic assembly system, to which Spring Framework technologies are connected as dependencies, that allows you to achieve modularity in software development.

REFERENCES

1. Events Successfully Target C-Suite Decision-Makers URL: <https://www.emarketer.com/Article/Events-Successfully-Target-C-Suite-Decision-Makers/1013372>
2. Overview of tools for creating web application interfaces in Java URL: <http://masters.donntu.org/2013/fknt/riabinin/library/article1.htm>
3. Web-API URL: <http://www.joelonsoftware.com/articles/APIWar.html>
4. Що таке CRUD ? URL: <https://stackify.com/what-are-crud-operations/>
5. Переваги PostgreSQL URL: <https://habr.com/post/282764/>