

## Referencias

1. *Valente, L.* Stablecoins Could Become One Of The US Government's Most Resilient Financial Allies / L. Valente // ARK Invest. – URL: <https://www.ark-invest.com/articles/analyst-research/stablecoins-as-a-us-financial-ally/> (date of access: 26.10.2025).

2. Digital Currency Perspective // Visa. – URL: <https://usa.visa.com/content/dam/VCOM/regional/na/us/Solutions/digital-currency-perspective.pdf> (date of access: 27.10.2025).

3. *Mendoza, M.* Ranking: los países de Latinoamérica en 2025 / M. Mendoza // Revista Mercado. – URL: <https://revistamercado.do/money-invest/-los-paises-de-latinoamerica-en-2025/> (date of access: 21.10.2025).

**I. Mazak**

**И. К. Мазак**

АУПППБ (Минск)

*Научный руководитель С. А. Радькова*

## **DIRECCIONES PROMETEDORAS PARA EL DESARROLLO DE TECNOLOGÍAS DE MARKETING EN LA GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS DE LAS ORGANIZACIONES COMERCIALES DE LA REPÚBLICA DE BELARÚS**

### **Перспективные направления развития маркетинговых технологий в управлении персоналом торговых организаций Республики Беларусь**

La relevancia de este estudio está dictada por el auge y la modificación de la industria comercial en la República de Belarús en los últimos años.

El propósito del estudio es desarrollar y justificar tecnologías de marketing que se consideran como un conjunto de herramientas para optimizar los procesos de gestión de personal en las organizaciones comerciales de la República de Belarús.

A pesar de las tendencias positivas en la evolución del sector comercial, existe una serie de problemas significativos asociados con la gestión del personal, lo que tiene un impacto directo en el rendimiento de las organizaciones comerciales. Los métodos tradicionales de gestión de personal en el comercio no siempre tienen en cuenta las especificidades del mercado, cambiando las necesidades de los empleados y las solicitudes de cultura corporativa, lo que conduce a una alta rotación de personal y a una disminución en el nivel de participación del personal. La participación efectiva del personal requiere el uso de comunicaciones de marketing, lo que implica la implementación de una serie de acciones destinadas a construir una interacción transparente y efectiva dentro de la

empresa. Las redes internas, las plataformas web corporativas y los sistemas de mensajería forman un espacio continuo para la información. Por lo tanto, los empleados pueden intercambiar rápidamente noticias, discutir temas actuales y compartir logros. Los correos y boletines informativos proporcionan una familiarización sistemática con los éxitos de la empresa, los nuevos comienzos y los eventos planificados, lo que ya contribuye a la aparición de un sentido de identificación.

En las prácticas modernas de recursos humanos, el énfasis se desplaza hacia la combinación estratégica de enfoques de marketing y el sistema de desarrollo del personal, lo que marca una nueva etapa cualitativamente en la evolución de la educación corporativa. Los métodos actuales están dirigidos a la formación de cursos educativos individualizados, utilizando activamente herramientas digitales y elementos de inteligencia artificial. Para formar recomendaciones instrumentales para la optimización de la gestión del personal, utilizando tecnologías de marketing, es necesario basarse en un análisis en profundidad de la situación actual de las prácticas de recursos humanos en el comercio minorista belaruso.

La integración de las tecnologías de marketing en los procesos requiere el desarrollo de programas que tengan en cuenta las características individuales, se basen en la información sobre las preferencias de los empleados, y esta información generalmente se revela durante los cuestionarios.

Los programas de capacitación se transforman en un componente orgánico del marketing de recursos humanos, promoviendo la mejora tanto de las competencias profesionales (habilidades duras) como de las habilidades súper profesionales (habilidades blandas). La introducción de tales soluciones en las organizaciones comerciales belarusas y la experiencia práctica acumulada al mismo tiempo indica un aumento significativo de los indicadores clave. Además, la personalización de la formación realizada a través de plataformas como Trafory (con un módulo de formación adaptativa) hace posible reducir el período de productividad completo del empleado y reducir los costos de adaptación por empleado.

En resumen, la implementación de tecnologías de marketing contribuye a aumentar la fidelización, reducir la rotación de personal y mejorar la cultura corporativa. Los gerentes en recursos humanos de las empresas comerciales pueden utilizar estos resultados para perfeccionar los programas de motivación y las estrategias de comunicación, así como para desarrollar estrategias de marketing de talento humano adaptadas a las particularidades del mercado belaruso.