

Ольга Ходор

(Республика Беларусь)

Научный руководитель О.Л. Сапун, к.пед.н., доцент
Белорусский государственный аграрный технический университет

УЛУЧШЕНИЕ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ ПОСРЕДСТВОМ СОЗДАНИЯ ТИЗЕР-САЙТА

Позитивный имидж организации – обязательное условие для ее роста и процветания. Это особенно актуально в настоящее время, когда потребитель имеет возможность буквально в один клик получить всю необходимую информацию о бренде, сравнить его с конкурентами и сделать взвешенный выбор.

Наиболее эффективной и мало затратной рекламой, ориентированной на быстрое продвижение продукции является реклама в Интернете.

Целью создания и продвижения тизерного Интернет-сайта является осуществления с его помощью следующей маркетинговой деятельности: продвижение и брендируются продуктов; создание интереса к этим продуктам.

Тизерная реклама – это маркетинговая система, в которой для привлечения внимания потребителей используются специальные тизеры. Тизер от английского слова означает нечто шокирующее, интересное или интригующее. Обычно он выступает в виде картинки-дразнилки с каким-нибудь шокирующим названием. Именно благодаря этому моменту (человеческой любознательности) такой вид рекламы имеет довольно хорошую кликабельность.

Мониторинг цен по разработке и созданию Интернет-сайтов показал, что затраты на создание тизерного сайта начального уровня составят ориентировочно 480 бел. руб.

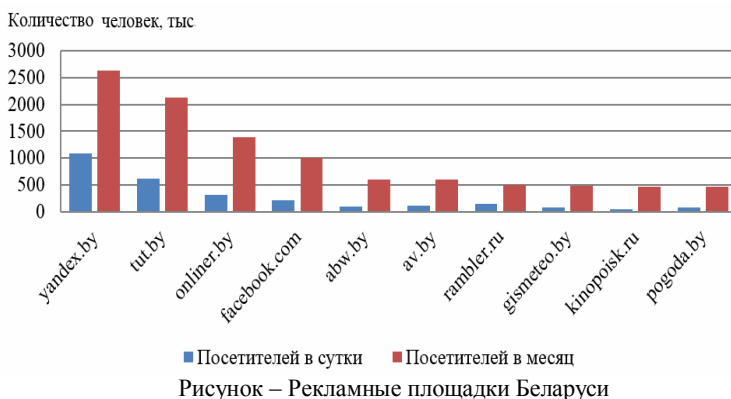
Рекламная кампания молочных продуктов будет включать следующие элементы: регистрация тизер-сайта в поисковых каталогах и информационных каталогах и информационных порталах сети Интернет; регистрация тизер-сайта в поисковых системах; проведение рекламной кампании молочных продуктов в сети Интернет.

Регистрация тизер-проекта будет осуществлена в поисковых машинах Yandex, Rambler и Google. Сайт будет проиндексирован в зависимости от свободного времени поискового робота, обычно оно составляет 2–3 недели.

В рамках реализации рекламной кампании предлагается воспользоваться следующими видами рекламы, ориентированной на профессиональную аудиторию: контекстная реклама; баннерная реклама.

Предположим создание баннера будет поручено специалистам рекламного агентства ООО «Хавас Медиа». Определим рекламные площадки, которые будут задействованы в рекламной кампании. На рисунке рассмотрим ТОП–10 рекламных площадок Беларуси, с возможностью размещения медийной рекламы.

Как следует из данных, представленных на рисунке, наиболее популярными площадками являются yandex.by, tut.by, onliner.by, которые и будут задействованы в рекламной кампании.



В таблице 1 показаны тарифы на рекламоносители и количество показов, которые будут заказаны.

Таблица 1 – Затраты на размещение баннеров с рекламой

Вид рекламы	Цена, бел. руб. за 1000 показов	Количество показов	Стоимость, бел. руб.
Баннер 468×60px в результатах поиска tut.by	10	100000	100
Графический баннер 468×60 в результатах контекстного поиска yandex.by	7	150000	105
Баннер на всех ресурсах портала onliner.by	0,6	200000	12
Итого			217

Таким образом, затраты на размещение баннеров составят 217 бел. руб. Рассмотрим эффективность рекламы в Интернете по каждому используемому виду баннерной рекламы. Для этого рассчитаем несколько показателей, которые необходимы при вычислении эффективности.

Результаты расчета общих затрат по всем статьям единовременных и текущих расходов (таблица 2).

Таблица 2 – Сводная смета затрат на рекламную кампанию

Наименование статьи затрат	Сумма, руб.
Хостинг сайта	10,8
Затраты на размещение баннеров	217
Прочие расходы	45
Ежемесячное обслуживание	12
Обучение работников в рамках предложенной технологии разработки рекламной кампании	360
Затраты на создание тизер-сайта в ООО «Хавас Медиа»	480
Расходы на создание баннеров в ООО «Хавас Медиа»	53
Итого	1177,8

Таким образом, для реализации рекламной кампании продуктов необходимо осуществить единовременные затраты в размере 533 бел. руб. и текущие ежегодные затраты в размере 1177,8 бел. руб.

УДК 004:631.145

Татьяна Шумская
(Республика Беларусь)

Научный руководитель О.Л. Сапун, к.пед.н., доцент
Белорусский государственный аграрный технический университет

АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА ДЛЯ ИДЕНТИФИКАЦИИ ПРОДУКЦИИ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА

Затраты, связанные с обработкой бумажных документов в международной торговле, по оценкам западных экспертов, составляют 3,5–15 % от цены товара. Внедрение автоматизированных систем обработки информации, основанных на сканировании штрих-кода,