

УДК 004.032.6

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

**Золочевский А.В.**, студент, кафедра МСТ ХНУРЭ  
**Бизюк А.В.**, доцент, кафедра МСТ ХНУРЭ

**Аннотация.** В тезисах рассматривается содержание, преимущества и недостатки различных сайтов для продвижения и распространения полиграфической продукции. Описана целесообразность создания социальной сети, а также этапы ее создания и основные преимущества перед конкурентами.

**Ключевые слова:** КОММУНИКАЦИЯ, ИНФОРМАЦИЯ, ПОЛИГРАФИЧЕСКАЯ ПРОДУКЦИЯ, РАСПРОСТРАНЕНИЕ, СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ.

Целью исследования является анализ существующих средств продвижения полиграфической продукции и постановка задачи на разработку социальной сети как эффективного метода продвижения полиграфической продукции.

Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью повышения уровня заинтересованности читателей и увеличения объемов адресной рекламы.

Одной из основных задач является использование различных инструментов социального продвижения в интернете. Это позволит эффективно наладить коммуникацию с потенциальными и реальными потребителями товаров и услуг, решит ряд других не менее важных задач: реклама бренда, формирование лояльности у целевой аудитории, увеличение объема продаж [1].

Планируется реализовать социальную сеть по интересам [2]. Основные функции сети: возможность делиться интересными книгами с другими пользователями; находить “близких по духу” пользователей; рецензирование, оценивание книг; формирование рейтингов по различным критериям; поиск; подбор книг потенциально интересным пользователям.

Социальные сети, специализирующиеся на книжной тематике, были созданы и существуют благодаря интересу не книгоиздателей, а читателей и иногда книготорговцев. Возможно, причина активности читателей кроется в том, что одним из условий глубокого понимания книги является обмен отзывами и мнениями с другими читателями, обсуждение ее с интересными собеседниками.

Существующие сайты на данную тематику, как правило, ориентированы на поиск либо продажу книг, как например сайт [www.litres.ru](http://www.litres.ru), на этом ресурсе нет возможности поделиться понравившейся книгой. На сайте [pro-books.ru](http://pro-books.ru) реализован форум для пользователей.

На данный момент – это устаревшая форма обмена информацией в сети. В свою очередь необходимо реализовать площадки для общения современными техническими средствами.

На сайте [www.livelib.ru](http://www.livelib.ru) дизайн сайта примитивный и устаревший. На нашем ресурсе будет реализован адаптивный дизайн.

Также на [www.livelib.ru](http://www.livelib.ru) не реализованы основные этапы маркетинговой кампании в социальных сетях, базирующихся на законах SMM (Social media marketing) [3].

Ресурс [www.knigo.ru](http://www.knigo.ru) представляет собой социальную сеть с небольшим количеством функциональных возможностей. Ограниченное количество рубрик делает ресурс скорее новостным, чем социальным. Здесь публикуются новости книжной отрасли в целом, новости книжных магазинов и краткие описания книг [4].

Центром вышеперечисленных сайтов является книга, а не человек. Уникальность предлагаемого проекта заключается в том, что он будет являться не просто сайтом для поиска интересных книг, но полноценной социальной сетью с возможностью находить близких по интересам людей, делиться интересными книгами друг с другом и оценивать их.

Ресурс рекомендован широкому кругу людей. Поскольку каким-то одним жанром проект не ограничен.

Сайт будет написан с помощью языка программирования PHP, а в качестве хранилища данных будет использоваться СУБД MySQL.

Также необходимо отметить, что основополагающей целью данного проекта стоит стимулировать читательской активности во всех возрастных группах. Проект сможет способствовать формированию у читателей позитивного образа книги любого жанра.

### **Литература.**

1. Социальные сети и их значение в интернет-маркетинге. SMM и SMO. – Режим доступа: [www / URL: http://pr-cy.ru/lib/seo/Sotsial-nye-seti-i-ikh-znachenie-v-internet-marketinge-SMM-i-SMO](http://pr-cy.ru/lib/seo/Sotsial-nye-seti-i-ikh-znachenie-v-internet-marketinge-SMM-i-SMO) – 01.04.2016. – Загл. с экрана.

2. Маркетинг в социальных сетях. – Режим доступа: [www/ URL: https://biz360.ru/materials/380/](https://biz360.ru/materials/380/) – 10.04.2016. – Загл. с экрана.

3. Социальные сети как инструмент современного маркетинга. – Режим доступа: [www/URL: http://smallbusiness.ru/work/adv/364/](http://smallbusiness.ru/work/adv/364/) – 09.04.2016. – Загл. с экрана.

4. Крылова, Е.В. Социальные сети книжной тематики как особая коммуникационная среда для субъектов книжного рынка / Е.В. Крылова // Труды Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. – 2013. – Выпуск 201.