

Ю.В. Зарубина

КОМПЛЕКСНОЕ ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ РЕШЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ ЗАДАЧ НА ПРИМЕРЕ КРАУДФАНДИНГОВЫХ ПЛАТФОРМ

Маркетинговая и рекламная деятельность в современных условиях расширили свой инструментарий за счет повсеместного внедрения современных информационных технологий. Сетевые компьютерные технологии служат базовым элементом создания в сети интернет официального ресурса краудфандинговой платформы как визитной карточки проекта.

Ключевые слова: рекламная деятельность, мультимедийные технологии, краудфандинг, проект.

Развитие технологического уклада цивилизации и формирование информационного общества вывели на качественно новый уровень функционирования процессы в целом ряде отраслей экономики и общества. Маркетинговая и рекламная деятельность как продукты коммуникационной среды значительно расширили свой инструментарий за счет повсеместного внедрения современных информационных технологий.

Сфера применения информационных технологий в рекламной деятельности весьма обширна и многообразна. Современные достижения воплотились в виде целого массива различных технологических и программных продуктов, выполняющих множество функций, в том числе: обработку текстовых и табличных данных, формирование баз данных и обработка статистической информации, программирование, дизайн, создание мультимедийных продуктов и презентаций. Мультимедийные технологии получили очень широкое распространение в настоящее время и являются, пожалуй, наиболее интенсивно развивающимся направлением в рассматриваемой сфере.

Свое отражение здесь нашли и процессы глобализации мировой общественной и экономической, что выразилось в создании целого ряда единых информационных систем, базирующихся на современных информационно-коммуникационных технологических платформах.

Отдельное место занимает развитие сетевых технологий и интернета. Создание глобального информационного пространства, обеспечивающего эффективное информационно-коммуникационное взаимодействие людей и доступ пользователей к мировым информационным ресурсам, открыло новые возможности для субъектов рекламной деятельности.

Как показывает практика, успешное решение рекламных и маркетинговых задач в ракурсе применения современных информационных технологий достигается за счет обеспечения комплексного подхода к применению данных

инструментов в каждом конкретном случае. В качестве примера рассмотрим продвижение проектов субъектов рекламной деятельности на базе краудфандинговых платформ.

Здесь необходимо кратко раскрыть саму суть понятия «краудфандинг». Краудфандинг, или «народное финансирование», – это сотрудничество людей (так называемых «доноров»), которые добровольно оказывают, как правило, финансовую поддержку инициативам (проектам) других людей либо организаций («реципиентов»). Цели такой поддержки могут быть самыми разнообразными: творческие и социальные проекты, политические кампании, экономические проекты, помощь пострадавшим от различного рода бедствий и катастроф и многое другое. Краудфандинг становится идеальным решением для осуществления разового финансирования сравнительно не крупных проектов и приобретает все большую популярность в обществе. Краудфандинговые платформы, в свою очередь, являются так называемыми «площадками» для реализации данного направления, где инициаторы представляют общественности собственные начинания, то есть, по сути, формируют рекламный продукт для своих проектов.

Рассматривая примеры ряда ведущих краудфандинговых платформ можно оценить уровень работы по продвижению (рекламе) самих платформ и размещенных на них проектов со стороны инициаторов, выступающих в роли субъектов рекламной деятельности. Эта работа базируется на комплексном применении широкого спектра современных информационных технологий.

Итак, базовым элементом создания в сети интернет официального ресурса краудфандинговой платформы как визитной карточки проекта служат сетевые компьютерные технологии (интернет-технологии). Инструментом реализации здесь служат HTML и графические редакторы, а также различные средства и языки программирования.

Один из наиболее успешных проектов, размещенных на популярной российской краудфандинговой платформе Boomstarter, – создание военно-исторического фильма «28 панфиловцев» – представляет собой пример комплексного использования информационных технологий в сочетании с эффективным поведением для формирования конкурентного рекламного продукта. Авторами проекта широко использованы мультимедийные и сетевые технологии для последовательного достижения поставленных целей: графические редакторы для публикации рисунков, фотографий и кадров из фильма, видеоредакторы и средства анимации для создания и размещения видеороликов и фрагментов из фильма, сетевые коммуникационные технологии для продвижения проекта (интернет-реклама), а также как инструмент обеспечения обратной связи между «донорами» и «реципиентами» и популяризации проекта посредством активного участия в социальных сетях.

Параллельно проект сам по себе является результативным сочетанием ключевых составляющих для рекламного продукта:

Проект в известной степени уникален. До настоящего времени художественная экранизация тех событий была реализована достаточно давно, еще в

эпоху СССР (в 1967 и 1984 годах). Современных отечественных аналогов фильм не имеет.

Проект информативен и при этом прост и доступен для восприятия.

Процедура финансирования проекта прозрачна.

Проект имеет четкую духовно-патриотическую направленность и вызывает у потребителя чувство сопричастности к истории своей страны, что, в свою очередь, гарантирует позитивное отношение со стороны общества.

В результате на выходе получился, как уже говорилось, конкурентный продукт, сочетающий в себе все необходимые составляющие для успешного решения задачи завоевания доверия со стороны потребителей (общества) с учетом их личных предпочтений и социального опыта.

Другим примером успешного комплексного сочетания информационно-коммуникационных технологий в совокупности с инновационной составляющей служит проект, размещенный на самой известной англоязычной платформе Kickstarter, – создание умных часов «Pebble».

Главным отличием от предыдущего примера в данном случае является иная специфика. Проект относится к сфере высоких технологий и, вместе с тем, ориентирован на широкий круг потенциальных потребителей – владельцев смартфонов и устройств на базе системы Android (прежде всего iPhone). Ярко выраженный инновационный характер продукта, его уникальность, простота и удобство в использовании уже являются мощными конкурентными преимуществами, в дополнение к которым авторами проекта использован широкий перечень информационных технологий для продвижения «умных часов». Учитывая специфику проекта, при достаточном уровне графического и мультимедийного сопровождения, лидирующая роль здесь отведена популяризации проекта через создание собственного интернет-портала (выполняющего, в том числе, и функции онлайн-магазина), интернет-рекламу и формирование общественного мнения через экспертную партнерскую сеть. Значительное место также отведено обеспечению обратной связи с пользователями, в том числе, в виде информационной и технической поддержки.

Подтверждением успеха данного проекта является успешный запуск в производство и занятие своей ниши на рынке в качестве одних из самых востребованных умных часов в мире. Рекордно большая сумма привлеченных средств – 10 миллионов долларов (вместо заявленных 100 тысяч) также говорит сама за себя.

Приведенные примеры являются далеко не единственными. Краудфандинговые платформы – это мощное рекламное орудие не только в социально-потребительской и культурной сфере, простота и прозрачность механизма народного финансирования в настоящее время используется также для пропаганды финансирования целого спектра научно-исследовательских работ и инновационных проектов, в том числе в области космических исследований. На той же платформе Kickstarter в качестве софинансирования были собраны средства на создание искусственных наноспутников Земли. Презентация проекта имела ярко выраженный технически ориентированный характер и была сфор-

мирована с применением, помимо стандартных мультимедийных технологий, также специализированного программного обеспечения. Данный проект также завершился успехом, спутники были выпущены на орбиту нашей планеты в ноябре 2013 года.

Краудфандинг как явление уже приобрел широкую общемировую популярность и выступает в качестве своеобразного тренда, характеризующего уровень экономической активности и грамотности населения. В мире в настоящее время существует уже больше 150 краудфандинговых платформ, и их число продолжает расти. Рассматриваются вопросы формирования единой информационной системы (ресурса), которая может выступать в качестве каталогизатора инфраструктуры краудфандинга. И здесь вновь нельзя обойти вниманием ключевую связующую роль информационно-коммуникационных технологий, благодаря развитию которых и стало возможно «расширение границ» не только в рамках рассматриваемой в данной статье тематики, но и в рекламной деятельности в общем и целом.

Любой вид, любую отрасль рекламной да и любой другой деятельности невозможно представить себе сколько-нибудь успешной без опоры на информационные технологии. Современные информационно-коммуникационные технологии и информационные системы обеспечили революционный рывок в области формирования информационного общества и создания информационного «мира без границ». Данные тенденции наблюдаются практически во всех сферах жизни общества, приобретают все более масштабный характер и их развитие в обозримой перспективе не имеет границ или пределов.

Список литературы

1. Информационные системы и технологии в экономике и управлении: учебник / под. ред. В. В. Трофимова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2013. – 542 с.
2. Журнал «Краудсорсинг» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://crowdsourcing.ru/> (дата обращения: 04.04.2014).
3. Краудфандинг // Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/?oldid=62295959> (дата обращения: 02.04.2014).
4. Краудфандинг, краудинвестинг и Peer-to-peer кредитование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cfin.ru/investor/venture/crowd_funding.shtml (дата обращения: 01.04.2014).
5. Перспективы краудфандинга: в США – закон, в России – мошенничество [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://slon.ru/future/perspektivy_kraudfandinga_v_ssha_zakon_v_rossii_moshennichestvo-875352.xhtml (дата обращения: 01.04.2014).
6. Официальный сайт краудфандинговой платформы «Boomstarter» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://boomstarter.ru/> (дата обращения: 03.04.2014).
7. Официальный сайт краудфандинговой платформы «Kickstarter» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kickstarter.com/> (дата об-

ращения: 03.04.2014).

8. Официальный сайт краудфандинговой платформы «Планета» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://planeta.ru/> (дата обращения: 03.04.2014).

Зарубина Юлия Владимировна

студентка 1 курса магистратуры

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: dragon-xii@mail.ru

Научный руководитель:

Музалевская Алла Анатольевна

к.п.н., доцент кафедры математики, информатики и информационных технологий

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: maa_orel@mail.ru

УДК 004.5

Л.И. Шмаркова, О.А. Гурикова

УСТРОЙСТВА ВВОДА ИНФОРМАЦИИ

В статье рассматривается проблема совершенствования устройств ввода информации.

Ключевые слова: информация, устройства ввода.

Периферийными, или внешними устройствами, являются устройства, размещенные вне системного блока и задействованные на определенном этапе обработки информации. Прежде всего это устройства фиксации выходных результатов: принтеры, плоттеры, модемы, сканеры и т.д.

Сложно сказать, смогут ли создать в будущем более важное и универсальное устройство ввода информации в компьютер, чем клавиатура. Возможно, в недалеком будущем, когда человек будет общаться с компьютерами посредством жестов, мимики, графических образов, видеоизображений и речи, клавиатуру заменят другие средства ввода информации. Но сегодня, когда текст и символы как носители ценной информации еще столь важны, клавиатура обязательно входит в конфигурацию поставляемых персональных компьютеров.

Со времен появления персонального компьютера вплоть до настоящего времени внешний вид и устройство клавиатуры оставались практически неизменными. В 1995 году после выхода ОС Windows 95 привычные 101-клавишные устройства были заменены клавиатурами со 104 клавишами.