

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В РЕКЛАМІ

Кобелєв В. М., Климентова М.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

У сучасному світі реклама займає одне з провідних місць серед інструментів комплексу маркетингу. Реклама постійно змінюється, з'являються нові види, форми подачі та висвітлення матеріалу. Традиційні інструменти маркетингу доповнюються новими, а сам процес управління цими інструментами автоматизується за допомогою програмного забезпечення. [1-2].

Вплив на розвиток реклами здійснює багато факторів, серед яких найважливіші це: мода, поява та впровадження сучасних інформаційних технологій. Розвиток сучасної реклами пов'язаний головним чином з можливостями, що надає рекламодавцям мережа Інтернет [3]. На думку фахівців в сфері реклами, майбутнє - за такими продуктами мережі Інтернет як блоги, соціальні мережі, чат-боти.

Блоги - ефективні майданчики для просування товарів, послуг, компаній, вони формують категорію лідерів громадської думки і є привабливими для проведення рекламних кампаній (розміщення контекстно-медійної реклами, спонсорських посилань, прихованої реклами) [5].

З розвитком блогів і соціальних мереж поширення набуває SMM (Social Media Marketing) або SMO (Social Media Optimization) [7], тобто це комплекс заходів, який спрямований на те, щоб привернути нових відвідувачів на сайт, підвищити популярність і впізнаваність товарів або послуг [4].

Індустрія чат-ботів знаходиться на підйомі, їх перевага - можливість здійснювати підтримку 24 години на добу, 7 днів на тиждень. Це підвищує не тільки задоволеність клієнтів, а й рейтинг відгуку, що сприятливо позначиться на SEO та розкрутці бренду [6].

Література:

1. А.М. Девиченко, В.М. Кобелєв Трансформація інструментів традиційного комплексу маркетингу в електронному бізнесі // Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки). Збірник наукових праць. – Х.: НТУ «ХПІ». – 2017. - № 24 (1246). – С. 84–89.
2. В.М. Кобелєв, В. Д. Кучма Використання хмарних технологій в маркетингу та електронній комерції // Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки). Збірник наукових праць. – Х.: НТУ «ХПІ». – 2017. - № 24 (1246). – С. 35–39.
3. Беляков І.М. Особливості Інтернет реклами Автореферат на здобуття уч. ступеня кандидата філолог. наук. М., 2015.
4. Касьянов І., Арабаджи А. Жізнь.ру. Глобальний погляд на феномен популярності соціальних мереж // Індустрія реклами. 2017. №4. С. 24-29.
5. Прохоров А.В. Реклама в блогах: уч. посібник. Тамбов, 2011 р.
6. Прохоров А.В., Пядишева Т.Г. Нові напрямки Інтернет реклами // Питання журналістики: зб. науч. тр. Вип 17. Владивосток, 2012.
7. Пядишева Т.Г. Культура мови в рекламному бізнесі: питання рекламної термінології // Сучасні рекламні технології: теорія і практика. Мат-ли II межд. наук.-практич. конф. Тамбов: Видавничий дім ТГУ ім. Г.Р.Державина, 2011 р.