

Інформаційний ресурс як невід'ємна складова успішної рекламної діяльності підприємства

Наталія Яцух, Соломія Федушко

Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, Національний університет "Львівська політехніка", УКРАЇНА, м.Львів, вул.С.Бандери, 12,
E-mail: yazuchnata@gmail.com, felomia@gmail.com

In the article typical structure and content of information resource for industrial company as a basis for developing similar information resources is investigated.

Ключові слова – підприємство, інформаційний ресурс, рекламна кампанія, інформаційне забезпечення, інформаційне наповнення.

В час бурхливого впровадження інформаційних технологій майже у всіх сферах професійної діяльності невід'ємною складовою ефективного функціонування багатьох підприємств та фірм є власний інформаційний ресурс, який інформує та забезпечує взаємозв'язок із клієнтами. З метою покращення розвитку та збільшення конкурентоздатності у галузі виготовлення та розповсюдження вікон/дверей підприємство "Світ комфорту" потребує розроблення офіційного інформаційного ресурсу. Це дозволить розширити поле рекламної діяльності фірми та залучити все більшу кількість клієнтів та партнерів.

Оскільки, створення електронного представництва підприємства в мережі Інтернет, а саме інформаційного ресурсу, є дієвим засобом реалізації комунікаційної політики підприємства. Завданням інформаційного ресурсу є безперервне надання різноманітних інформаційних продуктів і послуг цільовій аудиторії в он-лайн режимі.

Головною метою такого ресурсу:

- Інформування клієнтів про діяльність підприємства.
- Надання користувачам відкритого доступу до ресурсів фірми.
- Інформування клієнтів про новинки, ціни та можливість замовляти послуги в он-лайн режимі.
- Розміщення наочних прикладів роботи підприємства (фотозвіт).

Проаналізувавши кілька наявних інформаційних ресурсів підприємств, які спеціалізуються на виготовлення та розповсюдження вікон/дверей, сформовано перелік необхідних даних для контенту інформаційного ресурсу:

- Основна інформація про підприємство "Світ комфорту" (назва, мета, цілі та завдання підприємства, адреси, контактні дані).
- Інформація про діяльність підприємства та його структуру.
- Послуги, які надає підприємство (ціни, види робіт).
- Інформація про виконані роботи, яка супроводжуватиметься фотоматеріалами (виготовлення вікон та дверей на замовлення).
- Детальна інформація про процедуру замовлення послуг.
- Інформація про партнерів та відомих клієнтів.
- Форма зворотнього зв'язку (для контакту з користувачами).

Враховуючи мету та завдання інформаційного ресурсу підприємства “Світ комфорту”, сформовані вимоги до контенту інформаційного ресурсу, спроектовано інформаційний ресурс підприємства “Світ комфорту”(рис.1).

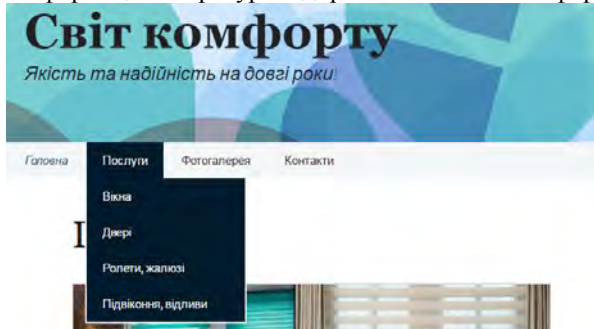


Рис.1. Інформаційний ресурс підприємства “Світ комфорту”

Створення інформаційного ресурсу є необхідним для ефективного функціонування сучасного підприємства і є невід’ємною складовою успішної рекламної діяльності підприємства.

Література

1. Fedushko S. Concept of strategic positioning for travel agency in social networks / S. Fedushko // OJCS, 1(2)2014, 1-9.
2. Федушко С. Застосування апарату нечітких множин для класифікації учасників віртуальної спільноти / С. Федушко // Наук. пр. Дон НТУ, №2 (18)'2013, 131-136.
3. Федушко С. Формування системи лінгво-комунікативних індикаторів соціально-демографічних характеристик web-учасників / С. Федушко // Управління розвитком складних систем. – К.: КНУБА, 18, 2014, 112-122.
4. Andrukhiv A. Integrating new library services into the university information system / A. Andrukhiv, M. Sokil, S. Fedushko // Library management, Nr1 (6), 2014, 79-87.
5. Бекеш Ю. Моделювання консолідованого інформаційного ресурсу храмів Львова / Ю. Бекеш, С. Федушко // ІКС-2015.– 80-81.
6. Федушко С. Програмний комплекс верифікації персональних даних веб-учасника / С. Федушко, Ю. Серов // ІКС-2015.– 58-59.
7. Федушко С. Верифікація соціально-демографічних характеристик веб-учасника / С.С. Федушко // Конкурентна розвідка і управління знаннями. – Харків, 2015. – Том 9. – 52-53.
8. Федушко С. Розроблення інформаційного ресурсу салону краси / С. Федушко // ІКС-2015.– 206-207.
9. Syerov Y. The computer-linguistic analysis of socio-demographic profile of virtual community member / Yu. Syerov, S. Fedushko // IJCSBI, Vol 4(1), 2013. – P. 1-13.
10. Peleschyshyn A. Gender similarities and differences in online identity and Internet communication / A. Peleschyshyn, S. Fedushko // CSIT-2010. – 195-198.
11. Fedushko S. Development of a software for computer-linguistic verification of socio-demographic profile of web-community member / S. Fedushko // Webology, 11 (2), Art. 126.
12. Fedushko S. Disclosure of Web-members Personal Information in Internet / CITEM-2010, 163-165.
13. Fedushko S. Statistical methods of virtual community users age verification // S. Fedushko, H. Biluschak, Yu. Syerov // JMCS, 1(3), 2015, 174-182.
7. Fedushko S. Algorithm of the cyber criminals identification / S. Fedushko, N. Bardyn // GJEDT, 2(4)2013. – 56-62.
14. Fedushko S. Determination of the account personal data adequacy of web-community member / S. Fedushko, Yu. Syerov, Korzh R. // IJCSBI, 15(1)2015, 1-12.
15. Fedushko S. Validation of the user accounts personal data of online academic community / S. Fedushko, Yu. Syerov, R. Korzh // TCSET'2016, 863-866.