

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бегун, В. В. Рекламный слоган как трансформация культурных стереотипов / В. В. Бегун // Вестн. Перм. ун-та. Рос. и зарубеж. филология. – 2010. – № 1. – С. 31–38.
2. Все дело в яйцах! [Электронный ресурс]// Sostav.ru. – Режим доступа: <https://www.sostav.ru/news/2004/10/11/r2/>. – Дата доступа: 29.11.2021.
3. Елкина, М. В. Сказочный фольклор в контексте зарубежной рекламы / М. В. Елкина, Н. Р. Валитова // Наука о человеке: гуманитар. исслед. – 2014. – № 2. – С. 225–226.
4. Квас «Никола» доигрался с колой. Ассоциации рекламодателей подала в ФАС заявление о недобросовестности рекламы кваса[Электронный ресурс] // Sostav.ru. – Режим доступа: <https://www.sostav.ru/sotka/news/2007/06/04/91/>. – Дата доступа: 29.11.2021.
5. Народ шутками зазывают в гробы [Электронный ресурс]// Экспресс газета. – Режим доступа: <https://www.eg.ru/society/2706/>. – Дата доступа: 29.11.2021.
6. Шетухина, Е. Н. К вопросу об использовании фольклора в современной рекламе / Е. Н. Шетухина // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Сер.: Филология. Журналистика. – 2011. – № 2. – С. 241–244.

Усик Е.Н., студент 508 группы
заочной формы обучения

Научный руководитель – Жилинская Т.С.,
кандидат педагогических наук, доцент

**ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ КАК СРЕДСТВО ПОПУЛЯРИЗАЦИИ
ТАНЦЕВАЛЬНОГО КОЛЛЕКТИВА «РЕСПЕКТ»
В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

В XXI веке современные информационные технологии играют важную роль в процессе развития различных сфер жизнедеятельности человека. Сфера развлекательных услуг, является одной из важнейших сфер современного общества. Важно понимать, что степень развитости сферы развлекательных услуг зависит от удовлетворённости потребителя услугами. По этой причине, сфера развлекательных услуг находится в постоянном поиске каналов продвижения услуг и товаров, с целью привлечения как можно большего количества клиентов.

Популяризация танцевального коллектива «Респект» является важным элементом развития танцевального коллектива. Для молодого коллектива необходимо сформировать свой имидж, привлечь новых клиентов и овладеть основными инструментами интернет-маркетинга для популяризации танцевального коллектива в информационном пространстве.

Интернет – это мощная платформа для продвижения продуктов и организаций, анализа современных рыночных тенденций. Интернет-маркетинг позволяет на более качественном уровне проводить исследования внешней и внутренней среды, продвигать проекты и предприятия, разрабатывать маркетинговые решения, направленные на формирование имиджа организации.

Началом становления интернет-маркетинга можно считать размещение на веб-сайтах компаний информации о товарах и услугах. Далее интернет-маркетинг преобразился в нечто большее, чем инструмент продвижения товаров и услуг. Интернет-маркетинг стал включать в себя также торговлю информационным пространством, программными продуктами, бизнес-моделями, товарами, и услугами.

Благодаря деятельности таких компаний, как Google, Yahoo и MSN, которые предлагали малому и среднему бизнесу услуги по локальной рекламе, рынок интернет-рекламы обрел сегментацию и перешел на новый уровень.

Повышенная рентабельность инвестиций и снижение доходов являются современной сущностью интернет-маркетинга. Как и традиционный маркетинг, интернет-маркетинг построен на модели 4P, которая включает в себя следующие составляющие:

1. Продукт (предприятия должны непрерывно разрабатывать и корректировать ассортимент услуг и товаров таким образом, чтобы он соответствовал потребительскому спросу);

2. Цена (стоимость должна формироваться на основании принятых ценовых стратегий в организации, соответствовать принципу соответствия качества цене);

3. Продвижение (продвижение услуг при помощи интернет-технологий, увеличение охвата целевой аудитории, расширение количества каналов сбыта);

4. Место (создание качественного и эстетически привлекательного места для осуществления продаж услуг и товаров предприятий) [2].

Интернет-маркетинг – это совокупность мероприятий, направленных на продвижение продукта, повышение его востребованности и привлекательности для клиентов.

Интернет-маркетинг имеет ряд возможностей, которые представлены следующими особенностями:

1. Возможность осуществления веб-аналитики (возможность проведения оценки эффективности электронных каналов сбыта, рассчитывать их привлекательность для целевой аудитории);

2. Интерактивность инструментов (поддержание связи с клиентами, которые хотят приобрести услуги или товары при помощи чатов, более прозрачная и понятная система отслеживания ситуации и возможность оперативного реагирования на возможные отклонения);

3. Таргетированность (возможность осуществления продвижения услуг и товаров для конкретной целевой аудитории) [1].

В таблице 1 представлены наиболее распространённые инструменты.

Таблица 1. Наиболее распространённые инструменты

Наименование инструмента	Описание
<i>SEO (поисковое продвижение)</i>	Комплекс мер для вывода сайта на верхнюю позицию в поисковиках. SEO используются для привлечения большего числа посетителей и повышения количества продаж. Состоит из семантического ядра и ключей – наиболее популярных слов и фраз, которыми опраляются работа компании товары и услуги, и которые чаще всего вводятся в строки поиска
<i>Веб-аналитика</i>	Работа по сбору и анализу сведений о целевой аудитории, о ее действиях и потребностях. Она необходима для оптимизации бизнес-процессов на сайте. Чаще всего работы по веб-аналитике проводятся с применением сервисов Google Analytics и Яндекс Метрика
<i>E-mail маркетинг</i>	- Рассылки на почту клиентов, содержащие рекламное объявление, объединение с полезной для пользователя товара информацией
<i>Лэндинги (посадочные страницы)</i>	Сайты, состоящие из одной страницы и дающие их посетителям представление о предлагаемом товаре или услуге, лэндинги используются, чтобы замотивировать потенциального клиента на совершение покупки или регистрацию на сайте
<i>SMM</i>	Размещенная в соцсетях рекламная страница бренда или компании
<i>Таргетированная реклама (ретаргетинг)</i>	Объявления, рассчитанные на ту или иную группу потребителей. Такой вид рекламы часто используется для продвижения товаров в соцсетях
<i>Контекстная реклама</i>	Совпадающие по содержанию с тематикой страниц объявления, размещенные на этих страницах. Наиболее часто ее помещают на тематических сайтах или в поисковике по запросам
<i>Контент-маркетинг</i>	Размещение полезного контента на сайте компании, в соцсетях и на сторонних площадках
<i>Нативная реклама</i>	Объявления или видео, встроенные в контент страницы

Важным инструментом для популяризации танцевального коллектива является активная работа с социальными сетями. Это именно тот ресурс, на котором находится основная аудитория танцевального бизнеса.

Популяризацию и продвижение танцевального коллектива «Респект» можно осуществить при помощи создания и раскрутки группы ВКонтакте или создания высоко посещаемой странички в Инстаграм. Эти действия привлекут новых учеников и будут работать на создание имиджа студии. Поэтому главная задача заключается в создании страницы в Инстаграм танцевального коллектива «Респект». Страница позволит загружать фотоотчеты концертов, выступлений на конкурсах и мероприятиях, подготовки к конкурсам и победы. Видео и фото материал с занятий. Размещать расписание занятий, афиши о предстоящем конкурсе или концерте. Страница позволит размещать рекламу в Инстаграм, что привлечёт новую целевую аудиторию. Устраивать различные танцевальные челленджи среди учащихся, интерактивные истории с поздравлениями и многое другое. Такая платформа для коммуникаций актуальна для нового клиента, так как клиент в один момент может просмотреть актуальную информацию для него, написать комментарий и получить ответ.

Также для продвижения служит созданный собственный сайт коллектива. Разработанный веб-сайт танцевального коллектива «Респект» выступает средством продвижения и развития молодого коллектива, выступая в качестве ценной рекламной площадки, возможности поиска новых клиентов и конкурентоспособности на рынке услуг. Сайт позволит рассказать подробную информацию о коллективе. Сайт содержит такую информацию как: год основания, кто педагог и руководитель коллектива, какие танцевальные направления изучаются в данном коллективе. Фото, количество педагогов и участников коллектива. Расписание занятий, геолокация танцевального зала. Также на сайте размещены ссылки на

интернет магазины танцевальной формы, правила поведения на занятиях и контактные номера руководителя танцевальной студии.

SEO-продвижение позаботиться о поисковой оптимизации сайта, приведет сайт к высокой посещаемости целевой аудиторией.

Таким образом, знание и владение инструментами интернет-маркетинга является эффективным средством для популяризации или продвижения танцевального коллектива «Респект» в информационном пространстве. Использование этих инструментов позволит охватить больше клиентов, создавать рекламу, направленную исключительно на целевую аудиторию, создавать эффективную систему маркетинговых исследований и осуществлять оценку эффективности рекламных мероприятий, вести веб-аналитику. Низкая стоимость рекламы и высокая эффективность делают привлекательными и востребованными инструменты интернет-маркетинга стать востребованными у учреждений сферы культуры.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Кистенева, Н. С., Шмойлова Ю. В. Развитие технологий Интернет-маркетинга в современной телекоммуникационной среде / Н.С. Кистенева, Ю.В. Шмойлова // Актуальные вопросы современной экономики. – 2019. – №1. – С. 122-126.
2. Сторожева, А. В. Влияние Интернет-маркетинга на развитие предприятия / А.В. Сторожева // Проблемы и перспективы развития России: молодёжный взгляд в будущее. – 2020. – С. 312-315.

Фёдорова К.А., студент 431 группы
дневной формы обучения
Научный руководитель – Козленко Е.Ю.,
кандидат педагогических наук, доцент