

Міністерство освіти і науки України  
Північно-Східний науковий центр НАН України та МОН України  
Національний університет  
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

# Тези

**72-ої наукової конференції професорів,  
викладачів, наукових працівників,  
аспірантів та студентів університету,  
присвяченої 90-річчю  
Національного університету  
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»**

**Том 2**

**21 квітня – 15 травня 2020 р.**

Полтава 2020

## **СПЕЦИФІКА ЗАСТОСУВАННЯ SMM-ТЕХНОЛОГІЙ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

Функціонування та розвиток сучасного інформаційного суспільства неможливі без соціальних комунікацій і документно-інформаційних систем, що їх забезпечують. Все частіше ми звертаємося до опосередкованої безконтактної міжособистісної чи ділової взаємодії. Спілкуємось, навчаємось, працюємо онлайн чи оффлайн у віртуальному просторі через веб-сайти та веб-сторінки.

Сукупність програмних, інформаційних, а також медійних засобів, логічно пов'язаних між собою, дозволяють представити чи презентувати у веб-просторі окрему людину, групу людей, підприємство, установу, організацію. У цьому плані інтернет-маркетинг стає потужним інструментом для становлення бізнесу, продуктивної підприємницької діяльності, формування та поліпшення іміджу, зростання авторитету власного бренду, підвищення рівня продажів та ін., а веб-сайт є візитною карткою будь-якого підприємства.

Разом із тим, ефективна комунікативна взаємодія, розвиток інформаційних ресурсів, упровадження результатів виробничої діяльності у вигляді продуктів і послуг, організація інформаційних потоків та виробничих процесів, а також управління цими потоками та процесами тощо не можливі без логічно продуманого та ефективного маркетингу. Social Management є частиною маркетингової та комунікативної стратегії розвитку як документно-інформаційної, так і будь-якої іншої діяльності та допомагає вирішити різноманітні бізнес-завдання. Можна без перебільшення назвати Social Media Marketing (далі SMM) комплексом інструментів, які активізують та забезпечують діяльність усього контенту.

У зв'язку з необхідністю сьогодні якомога ефективніше використовувати такі інструменти роботи, на ринку праці виникають нові професії. Так, SMM (Social Media Marketing)-спеціаліст – одна з них. SMM-фахівець займається просуванням бізнесу, брендів або компаній чи окремих осіб за допомогою соціомедійних засобів в Інтернеті (наприклад, через Facebook, Instagram, YouTube, Twitter та ін.).

Серед основних завдань соціомедійного маркетингу, насамперед, є створення привабливого образу та іміджу бренду/фірми, розроблення нового контенту та впровадження інновацій для генерації сучасних ідей і форматів, популяризація свого продукту/послуги у соціальних мережах,

встановлення взаємозв'язків та розширення комунікативного простору з реальними та потенційними клієнтами, зростання показників продажів та ін. Соціальна комунікація у цьому випадку використовується як основний чинник продуктивної та ефективної роботи з користувачами через соціальні мережі та канали зв'язку. Просування у соціальних мережах дозволяє швидше знаходити та ефективніше впливати на власну цільову аудиторію та потенційних користувачів/слухачів.

Важливо зазначити, що просування в соцмережах може застосовуватися не тільки для підвищення показників продажів товарів чи послуг. Активно використовують цю технологію засоби масової інформації. Вони створюють свої облікові записи в соціальних мережах, розміщують свій контент і тим самим збирають читачів і споживачів своїх продуктів.

Отже, SMM (Social Media Marketing)-ресурси є важливим чинником розвитку соціальної комунікації та сучасного інформаційного суспільства, оскільки забезпечують функціонування практично всіх сфер суспільної та виробничої діяльності, сприяють раціональнішому та ефективнішому використанню інформаційного простору в Інтернеті. Це один з нестандартних, але ефективних способів розвитку бізнесу чи популяризації установи, окремої особи. SMM-просування вважається одним із найбільш перспективних методів розкрутки веб-сайтів та веб-сторінок сьогодні.