

Список литературы

1. Разработка стратегии позиционирования торговой марки. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=20308> (дата обращения 19.04.2015 г.).
2. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика. – Санкт-Петербург: Питер, 1999. – 570 с. стр.121.
3. Прудникова К.О. Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций / Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ); под ред. И.Е. Никулиной; Л.Р. Тухватулиной; Н.В. Черепановой. – 2014. – Ч. 2. – С. 18–27.

МЕСТО ИННОВАЦИОННОЙ РЕКЛАМЫ В ИННОВАЦИОННОМ БИЗНЕСЕ

Е.А. Сировская

(г. Томск, Томский политехнический университет)

E-mail: Lena94s@mail.ru

PLACE AN INNOVATIVE ADVERTISING THE BUSINESS INNOVATION

E.A. Sirovskaya

(Tomsk, Tomsk Polytechnic University)

В наше время становится, очевидно, что стратегическим фактором развития почти для каждого предприятия и в целом экономики являются инновации, внедрение которых существенно влияют на процветание инновационного бизнеса и требуют продвижения продуктов с помощью инновационной рекламы.

Nowadays it becomes obvious that a strategic development factor for almost every business and overall economy are innovation, the introduction of which significantly affect the prosperity of business innovation and demand promoting a product by using innovative advertising.

В современном мире мы часто слышим слова «инновация» «инновационный бизнес», но не все понимают значение этих слов, давайте разберемся в том, что такое инновация и инновационный бизнес. Самое доступное объяснение «инновации» – это то, что – то новое чего не видели в мире, понятие инновационный бизнес вытекает отсюда и будет понятно всем. Инновационный бизнес часто сотрудничает с инновационной рекламой, почему? [1]

Раз мы предлагаем совершенно новый товар, который не привычен для просто потребителя то и подать мы его должны по новому, так что бы заинтересовать, этим и занимается эта отрасль. Не стоит забывать и о том, что инновационная реклама это всего лишь часть бизнес инновации.

Даже очень хорошая идея не будет пользоваться спросом без хорошей рекламы тут и наступает сотрудничество этих двух сфера. Почему именно инновационная реклама, чем она лучше? Давайте попробуем разобраться.

Суть инновационной рекламы состоит в том, что она базируется на применении промоутерских акциях качественного и обоснованного обеспечения, новейших компьютерных технологий и нестандартных методов преподнесения информации о товаре. Что существенно отличает ее от привычной нам рекламы и дает большие преимущества, поэтому она пользуется большим спросом, хотя не все готовы предложить такие услуги на высоком уровне. В странах Европы и РФ наибольшего успеха добился такой вид рекламы, как видео в местах большей проходимости и концентрации потенциальных покупателей. Маркетологи считают, что такой вид рекламы привлекает внимание почти 90 % населения и продвигает продукт более эффективно. [3]

Самым ярким примером инновационной рекламы является 3D, голографическая и мобильная реклама. Но из – за больших вложений в такую рекламу не все предприятия могут себе ее позволить.

3D реклама – одно из новейших изобретений в рекламе, с помощью ее необычного дизайна привлекается внимание потенциального покупателя, так же исследования показали, что визуальный контакт с такой рекламой у человека составляет от 2 до 5 минут. Так же она не только производит впечатление, но и остается в памяти.

Голографическая реклама – с ее помощью можно получить объемные изображения предметов на фотопластинке (голограмме) изучением лазера. С помощью такой рекламы выделяют товар на фоне других.

Так же в последнее время очень популярна мобильная реклама, которая с помощью мобильной связи осведомит потребителя о продукции или услуге, скидках и акциях. В основном мобильная реклама – это графические баннеры и реклама в сети интернет с мобильного телефона. Тоже самое можно сказать и о почтовой рекламе, когда покупателю приходит вся информация о товаре на электронную почту.

Реклама на транспорте так же пользуется большим спросом. Это самая выгодная и эффективная реклама. Ее можно разместить практически на любом транспорте, за счет чего потребитель непроизвольно будет наблюдать эту рекламу.

На основе вышесказанного можно сказать, что инновационная реклама в стране находится на этапе развития и требует большого внимания и помощи со стороны государства, как на законодательном уровне, так и на уровне личного регулирования вопросов. Следует сказать, что у нашей страны есть, потенциал для развития инновации наша страна полна молодых умов и ресурсов, только требуется привлечь все это и соединить в одно русло. Но стоит, отметить, что уровень развития инновационной рекламы растет как качественно, так и количественно.

Список литературы

1. Амблер, Т. Практический маркетинг / Т. Амблер. – СПб.: Питер, 2000. – 213 с.
2. Артяков, В.В. Зарубежный опыт управления инновационным развитием компаний высокотехнологичных отраслей промышленности / В.В. Артяков, Т.В. Кокуйцева // Микроэкономика. – 2015. – № 1. – С. 14–22. – (Инновационная экономика). – Библиогр.: с. 22
3. Багиев, Г.Л. Маркетинг: Учебник для вузов. 3-е изд. / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн. – СПб.: Питер, 2007. – 736 с.

ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

А.В. Тонеева

(г. Томск, Томский политехнический университет)

E-mail: anastasya.toneeva@yandex.ru

PRINCIPLES OF CONSTRUCTION OF MARKETING INFORMATION SYSTEM OF THE ENTERPRISE

A.V. Toneeva

(Tomsk, Tomsk Polytechnic University)

In this article the short description of structure, functions of the marketing information system (MIS) is given, the basic principles and an order of creation of MIS at the enterprises are considered.

С увеличением роли эффективного маркетинга и активным применением современных информационных технологий предприятиями широко используются маркетинговые информационные системы (МИС).

МИС позволяют решать задачи маркетинга и управлять взаимоотношениями предприятия с клиентами, привлекая и удерживая клиентов (применение CRM-системы).