

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ІВАНА ПУЛЮЯ
ФАКУЛЬТЕТ КОМП'ЮТЕРНО-ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ
І ПРОГРАМНОЇ ІНЖЕНЕРІЇ
КАФЕДРА КОМП'ЮТЕРНИХ НАУК

ДМИТРІВ ДІАНА ДМИТРІВНА

УДК 004.457

**МЕТОДИ І ЗАСОБИ ПРОСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ТА
ОРГАНІЗАЦІЙ В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА ТА МЕРЕЖАХ**

122 «Комп'ютерні науки»

Автореферат

дипломної роботи на здобуття освітнього ступеня «магістр»

Тернопіль
2018

Роботу виконано на кафедрі комп'ютерних наук Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя Міністерства освіти і науки України

Керівник роботи: кандидат технічних наук, доцент кафедри комп'ютерних наук
Фриз Михайло Євгенович,
Тернопільський національний технічний університет
імені Івана Пулюя,

Рецензент: Кандидат фізико-математичних наук, професор,
завідувач кафедри
Михайлишин Михайло Стахович,
Тернопільський національний технічний університет
імені Івана Пулюя

Захист відбудеться 24 грудня 2018 р. о 9:00 годині на засіданні екзаменаційної комісії №30 у Тернопільському національному технічному університеті імені Івана Пулюя за адресою: 46001, м. Тернопіль, вул. Руська 56, навчальний корпус №1, ауд. 702

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми роботи. Перед кожним підприємцем постає питання: чи варто переносити свій бізнес у площину соціальних мереж? Спеціалісти стверджують: однозначно – варто! Більше того: із соцмереж можна навіть розпочинати власну справу. Цілком можливо, що протягом декількох місяців доведеться лише вкласти сили та фінанси без суттєвої віддачі. Але за умови правильно побудованої стратегії та професійного підходу успіх неминучий.

Перед підприємцем, який вирішив просувати свій продукт через соцмережі, як правило, постає 5 основних питань:

На що здатні соціальні мережі, або який зиск можна отримати від SMM?

Яким соціальним мережам надати перевагу?

Як швидко з'являться результати роботи?

Що робити, якщо соціальні мережі не приносять результату?

Де навчитися правильно працювати із соціальними мережами, аби бізнес вийшов на новий рівень якості?

Мета роботи: Дослідити ключові етапи рекламної кампанії в соціальних мережах та засоби для їх реалізації.

Об'єкт, методи та джерела дослідження. Соціальні медіа та мережі.

Наукова новизна отриманих результатів:

- аналізу даних в інтелектуальних системах.
- планування та візуалізація контенту.
- інформаційні рішення для підприємств.
- виконано техніко-економічне обґрунтування прийнятих рішень;
- охорони праці та безпеки в надзвичайних ситуаціях техногенного та природного характеру..

Практичне значення отриманих результатів. В ході роботи створено бота інтерактивного месенджера.

Публікації. Окремі результати роботи представлені на двох наукових конференціях:

1. VI Міжнародної науково-технічної конференції молодих учених та студентів „Актуальні задачі сучасних технологій“. На тему „МЕТОДИ ТА ЗАСОБИ АНАЛІЗУ ПРОФІЛІВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ПРОЦЕСІ ПОБУДОВИ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ“.

2. VII Міжнародної науково-технічної конференції молодих учених та студентів „Актуальні задачі сучасних технологій“. На тему „ СЕРЕДОВИЩЕ ПРОГРАМУВАННЯ .NET FRAMEWORK ТА ОСНОВНІ СКЛАДОВІ ПЛАТФОРМИ“.

Структура роботи. Робота складається з розрахунково-пояснювальної записки. Розрахунково-пояснювальна записка складається з вступу, 7 частин, висновків, переліку літературних джерел та додатків. Обсяг роботи: розрахунково-пояснювальна записка – 152 ст. формату А4.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У вступі проведено огляд сучасних медіа систем та охарактеризовано основні завдання, які необхідно вирішити.

В частині аналіз наукових публікацій по темі дипломної роботи магістра описано інформаційно-технологічні засоби підтримки прийняття рішень, зорієнтовані на потреби конкретних туристів та туристичних посередників які розвиваються та вдосконалюються в напрямку мобільних та веб-орієнтованих застосунків.

Аналіз інформаційних технологій, які використовуються для підтримки прийняття рішень в галузі туризму засвідчує, що переважною тенденцією для більшості з них є тренд в напрямку персоналізації та мобільності. Ринок останніх є доволі насиченим ефективними комплексними програмними рішеннями від потужних фахових розробників, оскільки крупний туристичний бізнес цілеспрямовано інвестує такі інноваційні розроблення.

В першому розділі дипломної роботи розглянуто види соціальних медіа, потребу залучення соціальних медіа для розвитку промислового бренду або компанії. Описано етапи роботи з соціальними медіа, які необхідні для продуктивного розвитку рекламної кампанії в Інтернеті. Висвітлено мету присутності компанії в соціальних медіа.

В другому розділі дипломної роботи розглянуто план для ефективної стратегії просування в соціальних медіа. Наведено рекомендації як оптимізувати контент і правильно оцінити результати. Запропоновані рішення для того, щоб забезпечити кращі форми повідомень. Розроблений план для ефективної контент-компанії та висвітлено основні принципи контент-планування.

В третьому розділі дипломної роботи розглянуто етапи SEO-просування веб-сайту. Наведено рекомендації щодо аналізу сайту, тематики та конкурентів. Досліджено формування первинного ядра пошукових запитів та широкої структури сайту. Також подано принципи формування завдання на внутрішню оптимізацію. Розглянута організація внутрішньої перелінковки. Наведено поради для оптимізації контенту та покращення юзабіліті сайту. Висвітлено принципи роботи з краулінговим бюджетом. Проаналізовано яким типам бізнесу необхідна зовнішня оптимізація сайту. Запропоновані рішення для збільшення конверсії «Відвідувач – Клієнт». Розроблено поетапну оптимізацію сторінок.

В четвертому розділі дипломної роботи розглянуто інструкцію створення бота без навичок програмування та розроблено бот для отримання інформації про криптовалютний гаманець Dogecoin.

В спеціальній частині здійснено аналіз мобільних інформаційних туристичних систем потребують прямого доступу до ресурсів мережі Інтернет, що є проблематичним у цілому ряді випадків. Системи побудовані на програмних засобах, що не потребують прямого Інтернет-зв'язку, передбачають потужну технічну складову для ефективного повноцінного функціонування.

Аналіз класу мобільних інформаційних технологій в галузі туризму дозволив виділити низку актуальних наукових та науково-прикладних задач, які слід було б вирішувати в найближчій перспективі, зокрема це:

- дослідження технологій надання персоналізованих порад в режимі offline користувачу під час подорожі;
- розроблення мобільних систем планування сімейних поїздок з врахуванням індивідуальних особливостей туристичної групи;
- опрацювання технологій «розумного» планування туристичних маршрутів, та динамічної його адаптації в процесі подорожі.

Суттєве розширення спектру інтелектуальних інформаційних сервісів в мобільному виконанні.

В частині Обґрунтування економічної ефективності проведено розрахунки економічної ефективності впровадженої даної розробки.

В частині Охорона праці та безпека в надзвичайних ситуаціях розглянуто питання з охорони праці в надзвичайних ситуаціях а саме організація оповіщення і зв'язку в надзвичайних ситуаціях техногенного та природного характеру і розглянуто вимоги і норми охорони праці приміщень де використовується комп'ютерна техніка.

В частині екологія розглянуто такі питання зниження енергоємності та енергозбереження в комп'ютерній техніці, статистика екології об'єктів природнього середовища, державна та громадська екологічна експертиза.

У загальних висновках щодо дипломної роботи наведено отримані технічні рішення і запропоновано організаційно-технічні заходи, які забезпечують виконання поставленого завдання.

ВИСНОВКИ

У дипломній роботі описано інструкцію щодо створення бота для інтерактивного месенджера.

Розроблено бот для отримання інформації про криптовалютний гаманець DOGECOIN.

Вихідний код проекту розміщено на GitHub. На даний час для повноцінного використання MS Bot Framework потрібен повний .NET Framework і Windows-хостинг, що дещо здорожчує обслуговування ботів, проти в наступній версії планується додавання підтримки Core для Microsoft.Bot.Builder.

.NET Framework має безліч переваг перед іншими платформами розробки. CLR була спроектована так, щоб програми могли складатись як з керованих, так і з некерованих компонентів.

Керований код може викликати некеровані функції з DLL з використанням механізму P/Invoke. Зрештою, багато типів, що визначаються в FCL, у внутрішній реалізації викликають функції, що експортуються з Kernel32.dll, User32.dll і т.д. Багато мов програмування надають засоби, що спрощують виклик некерованих функцій з DLL в керованому коді. Наприклад, додаток C# може викликати функцію CreateSemaphore, експортовану бібліотекою Kernel32.dll.

Також у дипломній роботі описані етапи SEO-просування інформаційних ресурсів підприємств та організацій. Наведено рекомендації щодо аналізу інформаційних ресурсів підприємств та організацій, їх тематики та конкурентів. Досліджено формування первинного ядра пошукових запитів та широкої структури інформаційних ресурсів підприємств та організацій. Подано принципи формування завдання на внутрішню оптимізацію. Розглянута організація внутрішньої перелінковки. Наведено поради для оптимізації контенту та покращення юзабіліті інформаційних ресурсів підприємств та організацій. Висвітлено принципи роботи з краулінговим бюджетом. Запропоновані рішення для збільшення конверсії «Відвідувач – Клієнт». Розроблено поетапну оптимізацію сторінок інформаційних ресурсів підприємств та організацій.

В роботі досліджено види та характеристики соціальних медіа, зокрема соціальні мережі, форуми, тематичні майданчики, блоги та мікроблоги і професійні спільноти.

Проаналізовано потребу залучення соціальних медіа для розвитку промислового бренду або компанії.

Описано етапи роботи з соціальними медіа, які необхідні для ефективного проведення рекламної кампанії в мережі Інтернет. Слід відзначити першочерговість формування цілей і визначення інформаційного поля компанії, проведення аналізу діяльності конкурентів та опис цільової аудиторії. Сформовано мету присутності компанії в соціальних медіа.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ АВТОРОМ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ РОБОТИ

1. Дмитрів Діана. СЕРЕДОВИЩЕ ПРОГРАМУВАННЯ .NET FRAMEWORK ТА ОСНОВНІ СКЛАДОВІ ПЛАТФОРМИ [Текст] / Дмитрів Діана,

Тези доповіді на VI Міжнародної науково-технічної конференції молодих учених та студентів „Актуальні задачі сучасних технологій“. – Тернопіль, ТНТУ, 2017. – с. 48.

1. Дмитрів Діана. МЕТОДИ ТА ЗАСОБИ АНАЛІЗУ ПРОФІЛІВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ПРОЦЕСІ ПОБУДОВИ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ [Текст] / Дмитрів Діана, Тези доповіді на VII Міжнародної науково-технічної конференції молодих учених та студентів „Актуальні задачі сучасних технологій“. – Тернопіль, ТНТУ, 2018. – с. 41.

АНОТАЦІЯ

Дипломна робота присвячена дослідженню методів і засобів просування підприємств та організацій в соціальних медіа та мережах.

В першому розділі дипломної роботи розглянуто види соціальних медіа, потребу залучення соціальних медіа для розвитку промислового бренду або компанії. Описано етапи роботи з соціальними медіа, які необхідні для продуктивного розвитку рекламної кампанії в Інтернеті. Висвітлено мету присутності компанії в соціальних медіа.

В другому розділі дипломної роботи розглянуто план для ефективної стратегії просування в соціальних медіа. Наведено рекомендації як оптимізувати контент і правильно оцінити результати. Запропоновані рішення для того, щоб забезпечити кращі форми повідомень. Розроблений план для ефективної контент-компанії та висвітлено основні принципи контент-планування.

В третьому розділі дипломної роботи розглянуто етапи SEO-просування веб-сайту. Наведено рекомендації щодо аналізу сайту, тематики та конкурентів. Досліджено формування первинного ядра пошукових запитів та широкої структури сайту. Також подано принципи формування завдання на внутрішню оптимізацію. Розглянута організація внутрішньої перелінковки. Наведено поради для оптимізації контенту та покращення юзабіліті сайту. Висвітлено принципи роботи з краулінговим бюджетом. Проаналізовано яким типам бізнесу необхідна зовнішня оптимізація сайту. Запропоновані рішення для збільшення конверсії «Відвідувач – Клієнт». Розроблено поетапну оптимізацію сторінок.

В четвертому розділі дипломної роботи розглянуто інструкцію створення бота без навичок програмування та розроблено бот для отримання інформації про криптовалютний гаманець Dogecoin.

Об'єкт дослідження: соціальні медіа ресурси та мережі.

Предмет дослідження: інформаційні ресурси підприємств та організацій.

Мета роботи: дослідити ключові етапи рекламної кампанії в соціальних мережах та засоби для їх реалізації.

Основні результати: створення боту інтерактивного месенджера.

Ключові слова: БАЗИ ДАНИХ, СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, ІНТЕРНЕТ, ІНФОРМАЦІЙНО-ДОВІДКОВІ СИСТЕМИ, СЕРВЕР, СТАТТЯ.

ANNOTATION

This thesis is devoted to research of methods and means of promotion of enterprises and organizations in social media and networks.

The first section of the thesis deals with the types of social media, the need for the involvement of social media for the development of an industrial brand or company. The stages of work with social media, which are necessary for the productive development of an advertising campaign on the Internet, are described. The purpose of the company's presence in social media is highlighted.

The second section of the thesis examines the plan for an effective strategy for promoting social media. Here are some tips to optimize your content and properly evaluate the results. The proposed solutions are in order to provide the best forms of the word. The plan for an effective content company has been developed and the main principles of content planning are highlighted.

The third section of the thesis deals with the stages of SEO-promotion of the website. The recommendations for analyzing the site, topics and competitors are given. The formation of the primary kernel of search queries and the wide structure of the site is explored. The principles of forming a task for internal optimization are also given. The organization of internal switching is considered. Here are some tips for optimizing your content and improving the usability of your site. The principles of working with the savings budget are highlighted. It is analyzed what types of business need external optimization of the site. Proposed solutions for increasing the "Visitor-Client" conversion. Step-by-step optimization of pages has been developed.

The fourth section of the thesis examines the creation of a bot for Telegram without programming skills and developed the Telegram bot to obtain information about the DOGECOIN ciphthong currency purse.

Object of research: social media and networks.

Subject of research: information resources of enterprises and organizations.

Purpose: to study the key stages of an advertising campaign in social networks and the means for their implementation.

Main results: creation of Telegram-bot.

Key words: DATABASES, SOCIAL NETWORKS, INTERNET, INFORMATIONAL REFERENCE SYSTEMS, SERVER, ARTICLE..