

ткачество. При этом произведения белорусских мастеров характеризуются самобытностью и синкретизмом с народной культурой.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Делюмо, Ж. Цивилизация Возрождения / Ж. Делюмо. – Екатеринбург : Изд. У-Фактория, 2006. – 246 с.
2. История Беларуси / История Беларуси, вторая половина XVI – конец XVIII в. / В. А. Белозорович, И. П. Крень, Н. Н. Ганущенко. – Минск: Изд. центр БГУ, 2010. – 191 с.: ил.
3. Кафля или белорусский изразец как особая веха развития искусства керамики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ceramicadecor.ru/blog/beloruskiy-izrzzec/>. – Дата доступа : 18.02.2021.
4. Наша Ніва [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nn.by/?c=ar&i=114227>. – Дата доступа : 12.02.2021.
5. Экскурс в геральдику. БЕСТИАРИЙ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.exkurs.ru/bestiary/Bestiary.htm>. – Дата доступа : 10.02.2021.
6. Юхвидин, П. А. Мировая художественная культура : от истоков до XVII века. В лекциях, беседах, рассказах / П. А. Юхвидин. – Москва: Изд. Интерпракс, 1995.

Берёзкина Е. Н., студент 401 группы
 Научный руководитель – Мицкевич Ю. В.,
 кандидат педагогических наук, доцент

СВАДЕБНАЯ ПОЛИГРАФИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ В INSTAGRAM

Представить себе современный мир без полиграфической продукции трудно. Несмотря на развитие интернет-технологий, бумажные носители информации и, соответственно, услуги полиграфии неизменно пользуются

спросом. Полиграфия востребована в самых разных аспектах жизни общества: деловая – для печати бланков, визиток или ежедневников, рекламная – для продвижения товаров и услуг при помощи листовок, брошюр, каталогов и плакатов. Яркие и привлекательные POS материалы (ценники, шелфтокеры, воблеры и наклейки) – для непосредственной рекламы в местах продаж. Современные технологии печати позволяют создавать невероятное разнообразие печатной продукции быстро и качественно.

Как справедливо утверждал Микеланджело Буанарроти, «Внимание к мелочам рождает совершенство, а вот совершенство уже не мелочь». Когда речь заходит о декоре на свадьбу, то стоит понимать, что в него входит не только флористика, но и полиграфия, и именно она создает тот неповторимый стиль и антураж свадьбы, который остается в воспоминаниях гостей. Понятие «свадебная полиграфия» не ограничивается только пригласительными, на самом деле это большой комплекс печатных изделий, который поможет сделать праздник более организованным и комфортным, как для гостей, так и для молодоженов.

В современных социально-культурных условиях продвижение компаний через интернет является одним из эффективных методов. Интернет-продвижение становится важным направлением деловой политики организаций. Главным преимуществом его использования является возможность подбора различных средств и доступность применения новых технологий для работы с информацией. Всемирная сеть позволяет компаниям вести и осуществлять деловые коммуникации со всеми целевыми группами: клиентами, торговыми посредниками, поставщиками, конкурентами, существующими и потенциальными сотрудниками предприятия.

В настоящее время популярны стали социальные сети, которые являются не только площадкой для общения, но и инструментом продвижения товаров и услуг организаций, рынком специалистов и

способом заработка. В зависимости от возрастной группы, социального положения и других факторов те или иные целевые аудитории используют такие социальные площадки, как «Instagram», «Pinterest», «Facebook» и др. Этим пользуются PR-специалисты, занимаясь, SMM-продвижением (Social media marketing). Социальные сети помогают привлечь внимание потребителей, расширить круг целевой аудитории благодаря передаче информации от одного человека другому. В социальных сетях, как и в офлайн-пространстве, есть принципы, которые обуславливают стратегию создания и продвижения организации. Вместе с этим, сама конструкция продвижения схожа с традиционным форматом и включает большую аналитическую работу: определение основных целей и задач, позиционирование, обозначение сильных сторон, анализ конкурентов, выделение целевой аудитории и т.д.

Все более популярной становится сеть Instagram – бесплатный сервис для мобильных устройств. Приложение позволяет легко редактировать стилистику фотографий, сделанных с помощью мобильных устройств и моментально публиковать их. Первоначальная концепция проекта базировалась на возможности программы реализовать быструю обработку фотографии для ее моментальной публикации в социальной сети, т.е. выполнение задачи в режиме реального времени. Это подразумевало под собой использование мобильных устройств. Рассмотрим механизмы продвижения бутик-студии «Papiradesign» в Instagram.

«Papiradesign» – это организация, которая оказывает услуги графического дизайна и высокой печати. Студия специализируется на создании свадебных канцелярских товаров и персонализированных фирменных товаров, работая с клиентами как на местном, так и на международном уровне. Их цель - продвигать безупречные изделия ручной работы, элитные канцелярские товары и бумажные товары, предназначенные для сохранения на долгие годы. Отличительная эстетика студии известна уникальным, вызывающим воспоминания и неподвластным

времени стилем, вдохновленным природой, искусством, путешествиями, европейской архитектурой и, конечно же, любовью к старым техникам печати и бумаге. Ни одна деталь не останется без внимания, от концепции до конечного продукта. Их коллекция тщательно разработанных полунестандартных свадебных приглашений предлагает сотни дизайнерских комбинаций, которые позволяют создать уникальное приглашение для свадебного стиля.

«Papiradesign» активно использует следующие преимущества использования социальных медиа для продвижения организации:

- возможность общения с большим количеством пользователей;
- доступность целевой аудитории независимо от пола, возраста, социального положения;
- возможность бесплатно рекламировать свои услуги;
- возможность распространять информацию среди пользователей социальных сетей;
- невысокая конкуренция.

Титульная страница профиля информирует о сфере деятельности организации – полиграфическая. Также указаны: контактный адрес, ссылка на сайт магазина.

Продвижение ООО «Papiradesign» в Instagram включает три этапа.

1. Составление четкого образа своих потенциальных клиентов определяет эффективность потраченных на рекламу средств. Целевой аудиторией «Papiradesign» являются преимущественно те, кто желает вступить в брак, а также заказывает полиграфическую продукцию к иному торжеству.

2. Определение формата и каналов продвижения.

3. Размещение созданных рекламных материалов, а также последующее отслеживание эффективности их воздействия. При необходимости вносятся корректировки и изменения. «Papiradesign» в продвижении использует качественный контент: профессионально

выполненные фотографии полиграфической продукции, а также снимки с использованием продукции «Papiradesign», во время торжества.

Продвижение «Papiradesign» в Instagram осуществляется по таким направлениям, как географическое положение аудитории, время показа рекламного объявления, социальная принадлежность, уровень дохода, интересы аудитории и т.д. В отличие от сегментирования, таргетирование предполагает более дробную дифференциацию целевой аудитории.

В качестве актуальных технологий продвижения «Papiradesign» в Instagram следует отметить следующие:

1. Использование хэштегов как инструмента увеличения конверсии: они решают проблему дополнительных переходов по сайту. «Papiradesign» использует в Instagram такие хэштеги, как # papiradesign, #letterpress и др.

2. Отзывы о компании, которые играют важную роль перед покупкой какого-либо товара и находят положительные комментарии не только о самой фирме, но и о товаре.

3. Конкурсы. С целью борьбы за топовые позиции в поисковиках выгоднее использовать информационно-новостные запросы, чем коммерческие.

4. Обратная связь с помощью рубрики «Задайте вопрос».

5. Посты и stories с полезными советами, обзорами, рекомендациям. «Papiradesign» дает полезные советы по подбору подарка к торжеству и т.п.

«Papiradesign» использует следующие визуальные возможности для оформления профиля:

1. Логотип, иконка, эмблема организации.

2. Многообразие цветовой индикации – выявление фирменных цветов, градиентов, сплошных заливок или цветовых сочетаний. «Papiradesign» при оформлении использует палитру пастельных тонов.

3. Фирменный шрифт – определение шрифтов, которые на разных платформах способны гармонично смотреться относительно форматов и

разрешений поверхностей. «Papiradesign» использует во всех публикациях единый шрифт и оформление.

4. Иллюстрации или образные шаблоны постов. Так посты «Papiradesign» выполнены в романтическом стиле.

Таким образом, в процессе продвижения организации с помощью свадебной полиграфии важную роль играют использование качественного фотоконтента, который продемонстрирует все преимущества данного продукта; текстовое наполнение профиля, так как предложение товаров и услуг, на наш взгляд, не должно выглядеть откровенно рекламным; приятный визуал и наполнение профиля в цветовой гамме компании; и активность профиля, которая не только публикует информационные и развлекательные посты, но и поддерживает обратную связь с целевой аудиторией.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Сухарев, О.С. Функциональный и интернет-маркетинг: Монография / О.С. Сухарев. – М.: КУРС, НИЦ ИНФРА–М, 2013. - 352 с.
2. Тихомиров, В.П. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинг коммуникации: Учебное пособие / В.П. Тихомиров. - СПб.: Питер, 2013. – 288 с.
3. Токарев, Б.Е. Маркетинговые исследования рыночных ниш инновационных продуктов: Монография / Б.Е. Токарев.. – М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 272 с.
4. Чумиков, А.Н. PR в Интернете: Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 / А.Н. Чумиков, М.В. Тишкова, М.П. Бочаров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.labyrinth.ru/books/248917/>. – Дата доступа: 12.10.2020
5. Ших, К. Эра Facebook / К. Ших [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.libfox.ru/296326-klara-shih-era-facebook-kak-ispolzovat-vozmozhnosti-sotsialnyh-setey-dlya-razvitiya-vashego-biznesa.html>. – Дата доступа: 17.03.2021.

6. Groucutt, J. Marketing: Essential Principles, New Realities [Text] / J. Groucutt, 2004. 348 p.
7. Kaplan, A. M., Haenlein, M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media [Text] // Business Horizons. 2010. Vol. 53. P. 59 – 68.
8. Официальная страница «Papiradesign» в Instagram [Электронный ресурс]. – Режим доступа: 2. <https://www.instagram.com/papiradesign/?hl=ru>. – Дата доступа: 17.03.2021.
9. Официальный сайт «Papiradesign» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: 2. <https://www.papira.ro/en/>. – Дата доступа: 17.03.2021.

Бизукоить А. С., студент 414т группы
Научный руководитель – Николаева Ю. Г.,
старший преподаватель

РЕЖИССЕРСКИЕ ПРИЕМЫ

ПОСТАНОВКИ ВОКАЛЬНОГО НОМЕРА НА ЭСТРАДЕ

Искусство эстрады – это прежде всего искусство каждого отдельного номера. Любое эстрадное представление состоит из калейдоскопа номеров, состав которых обычно определяет качество этого представления, будь это концерт, ревью или детский праздник. Номер – это главная художественная единица эстрады. И вокальный номер не является исключением. По своей внутренней художественной структуре эстрадный вокальный номер следует довольно жестким законам и принципам, существующим сегодня на эстраде [1].

Само понятие «номер» пришло на эстрадные подмостки из цирка. Оно означало порядковый номер, место, которое занимает артист в очереди выступления в программе. За кулисами цирка, перед выходом на арену вывешивалась рукописная программа, в которой и были указаны номера