

информационных технологий. Сегодня опыт внедрения КИС на российских предприятиях насчитывает многие десятки примеров. Однако, внедрение КИС не всегда было успешным и приносило компании заметную финансовую выгоду. К основным причинам неудачных внедрений КИС можно отнести явную недооценку всей сложности процесса внедрения КИС, слабую организацию выполнения проекта внедрения КИС и отсутствие реальной поддержки со стороны высшего руководства компании, неготовность предприятия-заказчика к структурным изменениям и оптимизации процессов деятельности предприятия.

Таким образом, можно сделать следующий вывод: внедрение корпоративных информационных систем на предприятии позволит поддерживать на должном уровне функционирование и развитие предприятия, а также принимать эффективные управленческие решения, что невозможно осуществить без достоверной и вовремя предоставленной информации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Корпоративные информационные системы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.**
2. Мейор Т. Как оценить преимущества ИТ //Директор ИС, 2001. – № 1. – С. 34-35.
3. Кадушин А., Михайлова Н. Эффект окисления //Директор ИС, 2007. – № 7.
4. Ласточкин Ю.В., Ицкович И.И. Анализ соответствия цены и качества продукции в информационной экономике //Журнал "Экономика и производство", 2001, №4. – С.54-62.
5. Что дает внедрение КИС? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://iablov.narod.ru/igupit/kislec.htm#_Toc151864574

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ

*А.А. Боркин, Г.О.Могильницкая
(г. Томск, Томский политехнический университет)*

INNOVATIVE TECHNOLOGY IN ADVERTISING

*A.A. Borkin, G.O. Mogilnitskaya
(c.Tomsk, Tomsk Polytechnic University)*

In today's world an innovative advertising to become more efficient due to the fact that the market for high saturation of traditional advertising, new advertising is a new opportunity to promote a product or service by luring new client is not now here kind of advertising.

Современный рынок невозможно представить без рекламы, которая по праву считается самым действенным инструментом донести информацию до потребителей, привлечь внимание к предоставляемым товарам и услугам, создать положительный имидж самого предприятия. В настоящее время рекламные возможности значительно расширяются, помимо традиционных рекламных средств появляются инновационные подходы рекламы,

основанные на новых технологиях. Инновационная реклама значительно расширяет функции рекламного предложения, поскольку новая реклама не только сообщает целевой аудитории о товаре или услуге, предприятию, но и предполагает различные формы активного отклика потребителя.

В современном мире инновационная реклама становится более эффективной за счет того что на рынке высокое насыщение традиционной рекламы, новая реклама это новые возможности по продвижению товара или услуги, путем завлечение клиента новой негде не виданной рекламы.

Рассмотрим новейшие инновации в рекламе.

1. Технология InDoorTV – Это одна из наиболее перспективных и уже зарекомендовавших себя видов инновационной рекламы, представляет собой трансляцию видеорекламы в местах массового скопления людей. По мнению специалистов на эту рекламу обращают более 90% потенциальных покупателей.

2. Технология X3Dvideo - Эта технология, разработана компанией X3DTechnologiesCorporation и представлена публике ещё в 2002г на конференции высоких технологий в США. По технологии внимание потребителей привлекает трехмерное изображение содержащие рекламную информацию. Использование данной технологии дает возможность эффектно и запоминающие воздействовать на потребителя, ведь креатив важен на каждом этапе рекламной коммуникации.[4]

3. Технология GroundFX – эта технология позволяет не просто наблюдать за рекламным сюжетом, но и принимать в нем непосредственное участие. При помощи специальных технических установок объемное изображение проецируется на плоскую поверхность. Проходя мимо потребитель уже попадает в рекламу, так как система мгновенно среагирует на малейшие движение. Сегодня данным видом рекламы все чаще пользуются производители и крупные торговые комплексы в Европе, Америке, России и некоторые страны СНГ.

4.Технология FreeFormatProjection – эта технология недавно разработана в Японии и способна поразить и привлечь внимание любого потребителя. Данная технология создает ощущение присутствие персонажей или объектов за счет особой обработки изображения. Подобное зрелище надолго останется в памяти потребителя, а значит, что рекламируемые товар или услуга ждет успех. На данный момент этой технологией уже воспользовались производители компьютерной и бытовой техники, элитной одежды, в Японии, США, Китае. В России технология FreeFormatProjection не получила широкого распространения по причине высокой стоимости, но вполне возможно в скором будущем будут активно ею пользоваться.[4]

5.Видеореклама в журнале – эта технология представляет собой журнал, в котором размещается видеореклама на страницах. В страницы журнала встроен тонкий дисплей, размером с мобильный телефон. Видео-файл храниться на микрочипе, который активируется когда переворачивают страницу. Конечно, такая реклама стоит гораздо дороже, чем традиционная, но рекламодатели понимают, что в условиях нынешней конкуренции важно привлечь к себе внимание покупателей. [3]

Таблица 1 - Рассмотрим достоинства и недостатки рекламных технологий (табл.1)

№	Технология	Достоинства	Недостатки
1	InDoorTV	1. Широкий охват целевой аудитории. 2. Информирование потребителей о промоакциях, скидках. 3. Положительное отношение потребителей к данному виду рекламы.	1. Низкое качество рекламного наполнения, что делает рекламу неинтересной для целевой аудитории. 2. Необходимость в плотном размещении телевизионных носителей рекламы по площади. 3. Относительно высокие издержки.
2	X3Dvideo	1. Внимание потребителя привлекает трехмерное изображение. 2. Восприятие трехмерного изображения без использования спец. средств.	1. Необходимость в плотном размещении телевизионных носителей рекламы по площади. 2. Относительно высокие издержки.
3	GroundFX	1. Обладает широкими выразительными возможностями.	1. Относительно высокие издержки.
4	FreeFormatProjection	1. Ненавязчивая подача информации. 2. Обладает широкими выразительными возможностями.	1. Относительно высокие издержки.
5	Видеореклама в журнале	1. Информирование потребителей о промоакциях, скидках. 2. Обладает широкими выразительными возможностями.	1. Относительно высокие издержки.

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что без инноваций практически невозможно создать конкурентоспособную продукцию и тем более распространить. В современном мире производителям приходится прибегать к новым методам рекламы, чтобы привлечь большее количество потребителей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Песоцкий Е. Современная реклама. Теория и практика. - Ростов - на - Дону: Феникс, 2001.
2. Современная реклама / Сост. У. Арэнс, М. Вейголд, К. Арэнс. – М.: "ЭКСМО", 2011.
3. Феофанов О. Реклама. Новые технологии в России. – СПб., 2000. – 225 с.
4. Егина Е. Теория рекламы: Инновации в рекламе / Е. Егина. Материалы международной научно-практической конференции - М., 2009