

производстве (ТИМ-2015).Сборник докладов IVВсероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых смеждународным участием, посвященной 95-летию кафедры и университета.2015.С.204-207/

3. Бороноева Т.А. Современный рекламный менеджмент / Т.А. Бороноева - М.: Аспект Пресс, 2010. - 294 с.

4. Бузин В.Н., Бузина Т.С. Медиапланирование для практиков / В.Н. Бузин // Вершина, 2011. – 448с.

5. Голубкова Е.Н. Маркетинговые коммуникации / Е.Н. Голубкова. - М.,2010.-264 с.

6. Измайлов Д.Г., Сторожева Е.В. Применение метода информационная экономика для оценки экономической эффективности WEB-приложения/ Д.Г.Измайлов, Е.В. Сторожева.// Информационные технологии в науке, управлении, социальной сфере и медицине./ Сборник научных трудов II Международной конференции. Национальный исследовательский Томский политехнический университет.Томск,2015 С304-304.

7. Каширин Б.А., Хамутских Е.Ю.Методика преподавания темы «Правовые основы противодействия киберэкстремизму и киберэкстремизму в среде молодежи» для студентов педагогических специальностей вузов// Информационная безопасность и вопросы профилактики киберэкстремизма среди молодежи: сборник статей / под ред. Г.Н. Чусавитиной, Е.В. Черновой. – Магнитогорск: Дом Печати, 2014. – 203 с., с.107 - 114

8. Сиссорс Дж., Рекламное медиапланирование. 6 издание / Дж. Сиссорс - СПб.: Питер, 2012 - 259 с.

9. СкоковаИ.К., Сторожева Е.В. Применение IT-технологии для модернизации бизнес-процесса информационного обеспечения предприятия/ И.К.Скокова, Е.В.Сторожева Современная техника и технологии. 2015.№ 3 (43). С29-32.

10. Сторожева Е.В.,Хамутских Е.Ю. К вопросу об актуальности оценки эффективности внедрения информационных систем в предприятия малого и среднего бизнеса/ Е.В.Сторожева, Е.Ю. Хамутских Информационные технологии в науке, управлении, социальной сфере и медицине./ Сборник научных трудов II Международной конференции. Национальный исследовательский Томский политехнический университет.Томск,2015 С 299-301.

11. Хамутских Е.Ю., Сторожева Е.В. Актуальность профилактики и противодействия радикализации Интернет-экстремизма в молодежной среде // Информационная безопасность и вопросы профилактики киберэкстремизма среди молодежи: сборник статей / под ред. Г.Н. Чусавитиной, Е.В. Черновой. – Магнитогорск: Дом Печати, 2014. – 203 с., с. 183-187

ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.

Д.Л. Хакимова

(г. Томск, Томский политехнический университет)

INTERNET MARKETING ECONOMIC DEVELOPMENT OF MUNICIPALITIES.

D.L. Khakimova

(Tomsk, Tomsk Polytechnic University)

In this article the purposes and advantages of internet marketing, and also tasks which have to be carried out are considered. As an example, the official site of Yaya municipality has been considered, website merits and demerits on economic development of the area have

been revealed. Afterwards, the neighboring Anzhero-Sydzhensk City district has been considered. As a result the comparative analysis of two municipalities on economic development has been made, and the general conclusions are drawn.

Keywords: city district official website, internet-marketing, investment, small business, industry.

В настоящее время реклама в Интернете является одним из наиболее стремительно развивающихся сегментов рекламного рынка. Проанализировав типичные интернет-сайты городских округов, можно сделать вывод о том, что с их помощью городской округ старается держать посетителей его пространства в курсе последних событий, происходящих на территории. Также типичный сайт включает в себя интересную информацию не только для жителей города, но и для внешних представителей и инвесторов, а именно такую информацию, как стратегии развития, социально-экономические показатели, предпринимательство, в том числе информацию о предприятиях города.

Интернет-маркетинг - это комплекс мероприятий по продвижению товаров, услуг и идей с помощью интернета. К методам Интернет-маркетинга относятся: поисковый маркетинг, баннерная реклама, контекстная реклама, медиа-реклама, e-mail маркетинг, блогинг, разработка и развитие Интернет-сайтов. Интернет-маркетинг дает уникальные возможности, он обеспечивает возможности коммуникации с целевыми аудиториями, обеспечивает возможность коммуникации с международной аудиторией, дает возможность анализировать эффективность маркетинга.

Цели интернет-маркетинга практически ничем не отличаются от целей традиционного маркетинга: его цель — так хорошо познать и понять клиента, что товар или услуги будут точно подходить последнему и продавать себя сами. Целями интернет-маркетинга в самом общем виде являются:

- увеличение продаж;
- привлечение инвесторов;
- увеличение посещаемости ресурса.

Эти цели можно дробить на конкретные задачи, но в целом, все маркетинговые действия в интернете сводятся именно к этому.

Интернет-маркетинг для района (муниципального образования) призван, на мой взгляд, решать следующие принципиальные задачи:

- развивать местную предпринимательскую культуру, формировать локальную идентичность;

формировать инновационную и творческую среду, привлекательную для местной молодежной аудитории;

- привлекать инвесторов и бизнес на территорию района;
- привлекать новые рабочие кадры;
- создавать благоприятное впечатление о продукции, производимой на территории района, а также способствовать сбыту продукции.

В данной работе изучим экономическое развитие Яйского муниципального района.

Одним из факторов развития района является предпринимательство и малый бизнес. На конец отчетного периода в Яйском районе функционируют 68 малых предприятий и 280 индивидуальных предпринимателей.

Наибольший объем инвестиций освоен в обрабатывающем производстве, более 2185,5 млн. руб. или 82,8% от суммы всех инвестиций, за счет вложений в строительство нефтеперерабатывающих заводов. В настоящее время продолжается строительство Яйского филиала - ЗАО «НефтеХимСервис», после ввода в эксплуатацию новых объектов ожидается увеличение объема инвестиций.

На сайте Администрации Яйского муниципального района размещен инвестиционный паспорт района, определены инвестиционные площадки, а так же наименование проекта, имеющиеся условия для реализации проекта, возможный вариант организации производства и соответственно место реализации проекта. Чтобы узнать более подробную информацию, по ссылке, к сожалению, перейти не удастся. Но можно обратиться в состав совета по инвестиционной деятельности, которая представлена в приложении к инвестиционному паспорту Яйского района.

Итак, рассмотрим интернет-маркетинг экономической части Яйского муниципального образования. На официальном сайте есть раздел под названием «экономика района», который в себя включает - инвестиционный паспорт района за каждый прошедший год, ежегодную аналитическую записку по итогам социально-экономического развития Яйского муниципального района, информацию о результатах деятельности муниципального антикризисного штаба, оценку эффективности реализации муниципальных программ и так далее. Есть один минус, все эти разделы, скачиваются на компьютер, было бы гораздо лучше, если бы вся информация была представлена на сайте. Скачав аналитическую записку по итогам социально-экономического развития Яйского муниципального района за 2014 год, можем увидеть общую информацию об экономике района, которую выше мы уже упоминали.

Давайте рассмотрим основные отрасли муниципалитета, которые представлены в следующей таблице:

Таблица 1 - Основные отрасли Яйского района и ведущие предприятия каждой.

Изделия колбасные	ТОСП ООО «Розница К-1»
Корма для сельскохозяйственных животных прочие (тонн)	ПСХК «Первомайский»
Хлеб и хлебобулочные изделия, (тонн)	ФКУ ИК – 37 ГУФСИН России по Кемеровской области
	ТОСП ООО «Розница К-1»
Спецодежда, (тыс.штук)	ФКУ ИК – 37 ГУФСИН России по Кемеровской области
Лесоматериалы, продольно распиленные или расколотые, разделанные на слои или лущенные, толщиной более 6 мм.; шпалы железнодорожные или трамвайные деревянные, непропитанные, (тыс.куб.)	ФКУ ИК – 37 ГУФСИН России по Кемеровской области
Поддоны деревянные, включая поддоны с бортами и прочие щиты деревянные погрузочные, (тыс.шт.)	ФКУ ИК – 37 ГУФСИН России по Кемеровской области
Нефть, поступившая на переработку (первичная переработка нефти)	Филиал ЗАО «НефтеХимСервис»
	ООО «АНГК»
Топливо дизельное, тыс.тонн	Филиал ЗАО «НефтеХимСервис»
Мазут топочный, (тыс.тонн)	Филиал ЗАО «НефтеХимСервис»
	ООО «АНГК»
Материалы строительные нерудные, тыс. куб.м.	ООО «Кузбасстрой»
Смеси асфальтобетонные дорожные, аэродромные и асфальтобетон (горячие и теплые), тонн	Филиал ОАО «Мариинскавтодор»
Тепловая энергия, тыс. Гкал	ФКУ ИК – 37 ГУФСИН России по Кемеровской области

	Филиал ОАО «Мариинскавтодор»
	ООО «Тепло»
	Анжеро – Судженская ЛДПС Новосибирское РНУ АО «Транснефть –Западная Сибирь»
	ООО «НПЗ «Северный Кузбасс»
Материалы лакокрасочные, аналогичные материалы и связанные с ними продукты; краски художественные и полиграфические, прочие, тонн	ООО «АНГК»

Это вся информация о ведущих предприятиях, которую мы можем увидеть в аналитической записке. На сайте, к сожалению, нет краткого описания деятельности этих предприятий, а так же нет возможности перейти по ссылке на официальный сайт любого из этих предприятий. Думаю, это можно отнести к минусам, и взять на заметку разработчикам сайта, чтобы исправить это положение.

Так же, на сайте муниципалитета, нет определённой информации, которая могла бы заинтересовать инвесторов. В первую очередь, нет конкретных инвестиционных проектов, в которые требуется вложить денежные средства. Может быть, такие проекты и имеются в районе, но, по крайней мере, они не отражены на официальном сайте. И это замечание можно отнести к недостатку.

К положительным моментам можно отнести то, что на сайте имеется полная информация о мероприятиях и конкурсах по поддержке предпринимательства. Более подробное описание следующих конкурсов можно посмотреть на сайте:

1. Гранты Губернатора на поддержку молодёжных бизнес-проектов
2. Конкурс на оказание грантовой поддержки
3. Молодой предприниматель
4. Конкурс «Социальный предприниматель»

Можно отметить, что на сайте, в разделе «малый бизнес» размещены следующие муниципальные программы, в которых указываются источники и объёмы финансирования для оказания грантовой поддержки, а так же цели и задачи программ, сроки исполнения и многое другое:

1. Муниципальная целевая программа «Поддержка начинающих фермеров» в Яйском муниципальном районе
2. Муниципальная программа Поддержка и развитие малого бизнеса в Яйском районе на 2016-2017 годы

Для сравнения работы официального сайта Яйского муниципального района, возьмём соседний, Анжеро-Судженский городской округ, и выявим, что можно улучшить. На официальном сайте городского округа, есть раздел «Экономика», перейдя на него, высвечиваются сразу основные виды промышленности, нажав на каждую, мы можем увидеть все предприятия, которые входят в эту отрасль, а так же список продукции, контакты и ссылки на официальные сайты, если они имеются. За этот аспект, можно поставить большой плюс.

Перейдя на раздел «Инвестиционная деятельность», высвечивается объявление для инвесторов и предпринимателей малого и среднего бизнеса. В оказании помощи в получении финансирования инвестиционных проектов, а так же контакты к кому обратиться по данному вопросу.

Что касается инвестиционного паспорта Анжеро-Судженского городского округа, то он открывается в формате pdf, что очень удобно. Сам паспорт очень подробно описан по всем направлениям. К примеру, там есть следующая информация:

- «Преимущества инвестирования в муниципальное образование Анжеро-Судженского городского округа»
- «Основные показатели инвестиционных проектов, реализуемых и запланированных к реализации на территории Анжеро-Судженского городского округа»
- «Реестр свободных индустриальных площадок на территории муниципального образования Анжеро-Судженского городского округа»
- «Механизм открытия бизнеса в муниципальном образовании «Анжеро-Судженский городской округ»

В целом, на мой взгляд, сайт Анжеро-Судженского городского округа, гораздо лучше оформлен, чем сайт Яйского муниципального образования. Во-первых, там размещено больше полезной и нужной информации, во-вторых, структура сайта, более приятна в использовании, в-третьих, в основном вся документация размещена в электронном виде, ничего не нужно скачивать на компьютер, думаю это тоже немаловажный аспект. Поэтому, хочется сказать, что сайту Яйского муниципалитета, есть куда стремиться и улучшить всю структуру сайта, на мой взгляд, просто необходимо.

По моему мнению, я бы предложила модераторам сайта и в целом руководству Яйского района добавить больше информации о промышленных предприятиях, которые реализуют свою деятельность в районе, так же необходимо добавить контакты, для обратной связи с ними. Далее, нужно отразить на сайте как можно больше информации об инвестиционных проектах, чтобы привлечь инвесторов. Так же желательно сайт оформить ярче и с использованием различных иллюстраций, чтобы было интересно и приятно по нему перемещаться.

Следовательно, можно сделать вывод о том, что Интернет как средство коммуникации является самым популярным среди населения и развитие маркетинга в системе Интернет может послужить хорошей почвой для эффективного продвижения регионов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Проблемы современной экономики [Электронный ресурс] // Интернет журнал URL: <http://www.m-economy.ru/> (дата обращения: 18.03.2016).
2. Администрация Яйского Муниципального района [Электронный ресурс] // Официальный сайт. URL: <http://adm.yayacity.ru/> (дата обращения: 18.03.2016).

ВОЗМОЖНОСТИ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ПРОДВИЖЕНИИ БРЕНДА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

*Чернов Д.А., Романова М.В.
(г. Магнитогорск, Магнитогорский государственный технический
университет им Г.И. Носова)*

THE POWER OF SOCIAL NETWORKS IN PROMOTING THE BRAND OF AN EDUCATIONAL INSTITUTION

*Chernov D.A., Romanova M.V.
(Magnitogorsk, Nosov Magnitogorsk State Technical University)*

The purpose of this article is to consider the issues on the theme "Possibilities of social networks in brand promotion of the educational institution." Possibilities offered by the Internet to their users. Just says that you need to understand the term "social network".