

LXX Молодёжная научная конференция

основой для других социологических школ. Так, например, идеи Зиммеля, касающиеся социологии города, динамики общественных групп и социальной дезорганизации, особо ценили такие представители Чикагской социологической школы, как А. Смолл, Р. Парк и Э. Берджесс. А концепции Тенниса в дальнейшем развивались в «идеальных типах» и рациональности социологии М. Вебера, типах социальной связи и солидарности Э. Дюркгейма и социальных связях Л. Фон Визе. Выработанные ими теоретико-методологические основания исследования социологических процессов до сих пор востребованы и все также развивают социологическое мышление.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Теннис Ф. Общность и общество. СПб.: Владимир Даль, 2002–452 с.
2. Окатов А. В. Социологическая концепция Ф. Тенниса как теоретическая основа изучения институционализации и функционирования современных общественных организаций// А. В. Окатов// Вестник Тамбовского университета. – 2016 – №11, С. 7-13
3. Ионин Л.Г. Социология Георга Зиммеля // История социологии в Западной Европе и США. М.: Наука, 1993.
4. Кашин В.В. Формальная социология Георга Зиммеля/ В.В. Кашин// Вестник Оренбургского государственного университета.-2008.-№7.С. 4-11

УДК. 659.1

ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ СТУДЕНЧЕСКОГО ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ОТРЯДА «ВСПЫШКА»

Е. Д. Близнюкова¹

Научный руководитель: Т. П. Романова, к.ф.н., доцент

Ключевые слова: продвижение, продвижение в социальных сетях без бюджета

«Малобюджетный маркетинг» или «Продвижение без денежных затрат» - сложная задача для любого маркетолога. В современных реалиях, порою это кажется невозможным, однако решение проблемы есть. Чтобы вывести «продукт» в свет без бюджета, надо сначала изучить его параметры (в нашем случае СПО «Вспышка»), описать целевую аудиторию и сформулировать проблему, т.е. причину, которая мешает организации двигаться вперёд, и уже на основании этого выбрать верную стратегию продвижения.

Для СПО «Вспышка» проблема была в том, что за публикациями в социальных сетях не было видно личностей, которые составляют

¹ Елизавета Дмитриевна Близнюкова, студентка группы 5201-420301D, email:bli99eliza@gmail.com

LXX Молодёжная научная конференция

актив отряда. Фактически они представлялись формально, как неодоушевлённые персонажи в зелёных куртках.

Продвижение происходило на двух площадках: группа «ВКонтакте» и аккаунт в «Инстаграм». Основными инструментами продвижения стали: сотрудничество по бартеру с отрядами из других регионов, конкурсы, внутренние и внешние мероприятия, постоянные публикации на двух площадках, коммуникация с подписчиками (поддержка обратной связи), создание нового контента для группы и аккаунта отряда, разработка дизайна аккаунта «Инстаграм».

В рамках проведенной кампании для группы «ВКонтакте» был составлен контент-план с упором на интерактив, постоянным постингом и взаимодействием с представителями из других отрядов.

Для социальной сети «Инстаграм» было важно создать визуальный облик аккаунта и изменить «шапку» профиля для построения дальнейшей коммуникации с новыми подписчиками аккаунта. Для более эффективного продвижения был проведен масштабный конкурс «Раскраска для студентов» для участников 6 регионов Российской Федерации.

Таким образом, по завершении продвижения удалось сформировать облик отряда СПО «Вспышка», который показал отряд как живой организм, состоящий из ярких творческих личностей. Количество подписчиков на двух площадках увеличилось в два раза. Следуя примеру развития коммуникаций СПО «Вспышка», многие отряды стали работать над совершенствованием визуальной и вербальной составляющей социальных сетей, а также поиском новых форматов.

УДК 629.7.08: 519.876.5

ОБОБЩЁННЫЙ АЛГОРИТМ БИЗНЕС-ПРОЦЕССА ОБСЛУЖИВАНИЯ ПАССАЖИРОВ В АЭРОВОЗДАЛЬНОМ КОМПЛЕКСЕ

Е. Т. Богданова¹

Научный руководитель: И. В. Кольцов, старший преподаватель

Ключевые слова: аэропорт, пассажир, обслуживание, алгоритм

Любое предприятие или организация стремится увеличить результативность собственной работы. Она характеризуется несколькими показателями, такими как экономический эффект, показатели эффективности, период окупаемости и точка безубыточности. Увеличить экономическую эффективность деятельности компании можно с

¹ Елена Тимофеевна Богданова, студентка группы 3406-230301D,
email: elena_bogdanova_13@mail.ru