непрерывный и логически обоснованный контакт с целевой аудиторией;

- не следует забывать и о содержательной части рекламного сообщения, так как именно от неё зависит, насколько точно и глубоко будет затронут выбранный рекламодателем сегмент целевой аудитории;

- для того, чтобы реклама была наиболее эффективной, необходимо изучить рейтинг и охват, чтобы реклама была таргетируемой.

Список литературы

1. Е.А. Мезенцев, Реклама в коммуникационном процессе. Учебное пособие / Омск: Изд-во ОмГТУ, 2007;

2. Федотова Л.Н. Реклама в коммуникационном процессе. М.: Изд. дом «Камерон», 2005. - 464 с.;

3. Лебедев А.Н. Психология рекламы. Питер, 2002. - 386 с.

ЛИЧНОСТИ, КОТОРЫЕ ИЗМЕНЯЮТ МИР

Шаталюк И.А., Чистякова А.А.

ФГБОУ ВПО «Магнитогорский государственный университет», Магнитогорск, Россия

С точки зрения советского психолога К.К.Платонова, личность – это человек, который обладает сознанием и самосознанием. Автор проводит параллель между личностью и динамической системой, в которой постоянно взаимодействуют свойства, отношения и действия. В качестве структуры личности он рассматривает целостное образование, объединяющее значимые свойства, отношения и взаимодействия индивида, определяющие его поведение как сознательную деятельность. В основе образования личности К.К. Платонов рассматривает её самооценку, которая строится на адекватной оценке себя и других [1].

Согласно советскому психологу А.Н. Леонтьеву, личность формируется благодаря жизни в обществе. Человек находится в постоянных отношениях с другими людьми, что способствует обретению им новых качеств. Эти качества, приобретают статус личностно образующих, что позволяет со временем с их помощью менять жизнь общества и отдельных людей.

Отвечая на вопрос, как происходит формирование личности, обратимся к некоторым формирующим личность критериям. Во-первых, это мотив, как способность преодолевать собственные побуждения ради чего-то другого. При этом можно заметить, что мотив, может иметь стихийное побуждение, т.е. когда человек не отдает себе отчет в том, что именно заставляет его поступать так, а не иначе. Во-вторых, это способность к осознанному руководству собственным поведением. Руководство происходит на основе осознанных мотивов, а именно - целей и принципов.

Благодаря способностям личности преодолевать собственные побуждения ради чего-то другого и осознанно руководить собственным поведением. Появляются люди, которые, не оглядываясь на прошлое, полностью меняют свое настоящее. Такие люди не могут не восхищать. Несмотря ни на что, они следуют своему пути, без остатка отдаваясь любимому делу, ведут за собой миллионы других.

Одной из ярчайших личностей современности является Далай-Лама - духовный лидер тибетского народа. Он посвятил себя борьбе за мир, процветание и благополучие своего народа. Где бы Далай-Лама не выступал, он всегда говорил о единении человечества, об ответственности каждого человека за судьбу мира, о взаимопонимании народов. В своей знаменитой речи «Всеобщая ответственность и милосердие» (1973) Далай-Лама заметил, что потребность во взаимоотношениях становится необходимым условием уважать себя и других, нести ответственность за все свои действия. Далай-Лама как правило говорит о базовых человеческих ценностях - сострадании, уважении. Но из его уст эти ценности становятся аксиомами – «Видя в людях только хорошее, ты начинаешь по-другому смотреть на мир».

Человек, благодаря которому люди начинают забывать о своих недугах и вспоминать о том, как им повезло, является Ник Вуйчич. Став проповедником и профессиональным мотивационным оратором, всемирно известным мотивационным спикером, он родился с синдромом Тетра-Амелия, редким наследственным заболеванием, приводящим к отсутствию четырёх конечностей. Переживая по поводу своей инвалидности в детстве, Ник Вуйчич научился жить со своим недостатком, делясь собственным опытом с окружающими.

Его выступления, в основном, обращены к детям и молодёжи, в надежде на активизацию в них поиска смысла жизни и развития своих способностей. В принципах Ника есть великая сила, он постоянно делает маленькие шажки вперед, шаги младенца. Смелость - это начало победы, так считает Ник Вуйчич. Его жизнь, его победа над собственным недугом заставляет задуматься людей живых и здоровых, с руками и ногами над ценностью того, что имеют они. Почему они забыли о своей индивидуальности и самобытности, почему жалуются на жизнь и не ценят того, что у них есть?

Не многие знают, что Винсент Ван Гог, прошел немало испытаний, перед тем как стать великим художником. Пробуя свои силы в разных профессиях, в конце концов, он обратился к живописи. И лишь благодаря целеустремленности, и желанию постичь новое и малоизвестное, творческие поиски привели его не только к успеху, но и к созданию *к* нового художественного стиля - постимпрессионизма.

Во всех областях нашей жизни, есть люди, которые по праву являются людьми, на которых мы равняемся. Тем не менее, каждый человек приходит к осознанию того, что в какой-то момент времени он начинает понимать значимость своего существования. К некоторым это приходит с рождения, как это произошло с Далай-Лама, которого выбрали совсем ребенком и готовили как перевоплощение бодхисаттвы Авалокитешвары. К другим это приходит в подростковом возрасте, как это было с Ником Вуйчич. А некоторые, только пройдя уже достаточно большой путь, понимают, что занимались не тем, и что нужно заниматься совсем другим, именно так было с великим художником Винсентом Ван Гогом.

«Личностью не рождаются, личностью становятся». Мы не можем постоянно прятаться, жаловаться на жизнь и издеваться тем самым над собой и над окружающими нас людьми. Нам следует принимать себя такими, какие мы есть, не оглядываясь по сторонам, не сравнивая себя с другими, помня при этом, что о жизни стоит задумываться не только тогда, когда видишь человека с ограниченными возможностями, а постоянно. Нужно постоянно работать над собой, верить, что все, что нам дано - это прекрасно!

У наших современников есть уникальная возможность познакомиться с известными личностями и с историями их становления. Так почему бы нам не учиться у людей, которые уже прошли путь от индивида и человека к личности? Мы можем узнать судьбы людей, которые изменили мир. Мы можем посмотреть на какую-то удивительную судьбу и пройти мимо. Но мы никогда не простим себе того, что могли бы получить, если бы сделали шаг и не спасовали.

Учиться можно не только у исторических личностей, но и у наших современников, обычных людей, о

которых не напишут в книгах, не сделают репортаж и не возьмут интервью. Тем не менее, вклад этих людей неоценим, и они по праву могут считаться личностями.

Так участники Параолимпийских игр, которые изо дня в день показывают уникальное стремление к победе и силу духа. Они заряжают неиссякаемым желанием жить. Казалось бы - сиди и получай пособие, но нет, они меняют представление о возможностях в спорте, о том, как надо любить себя и жизнь, чтобы тренироваться и попадать на Олимпийские игры, и бороться наравне со всеми.

Наш современник - личность, о которой нельзя не вспомнить Джеймс Харрисон, донор с большой буквы. На счету Джеймса уже более 2 миллионов спасенных людей.

Писатель Сергей Минаев – личность, теле- и радиоведущий который своим видением проблем современного мира и накалом страстей, взрывает все происходящее.

ЛИЧНОСТИ, КОТОРЫЕ ИЗМЕНЯЮТ НАШ МИР…

ПРИСОЕДИНИШЬСЯ?

Список литературы

1. Васильева В.А. Воспитание добродетели/ В.А. Васильева// Социально-гуманитарные знания – 2001- №2 – С.190-204
2. Вахренева П.Е. Творчество и энергия самоутверждения/ П.Е. Вахренева // Вопросы философии – 2006 - №5 – С.34-46
3. http://becmology.ru/blog/psychology/person_rus01.htm

ИНТЕРАКТИВНЫЕ СРЕДСТВА ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ КОМПАНИИ

Юрочкина А.Н., руководитель Комиссарова М.Н.,
Магнитогорский государственный университет, Магнитогорск, Россия

Чрезмерная насыщенность рынков товаров и услуг, быстрая адаптация прогрессивных технологий к рынкам потребительских товаров, высокая мобильность научных и технологических нововведений в производство, высокая информационная оснащенность потенциальных потребителей делает рейтинг потребительских предпочтений невероятно подвижным. Для того, чтобы соответствовать такому развитию событий на целевых рынках, активному субъекту рынка нужно быть таким же мобильным в своем стратегическом выборе и реализационных моделях его осуществления. Другими словами, речь идёт о позиционировании компании, позволяющем постоянно укреплять своё положение во внешней среде [1.]

Позиционирование – это то, что отличает один товар от другого в сознании потребителя. Полноценное позиционирование дает исчерпывающий ответ на самый важный для потребителя вопрос «Почему я должен покупать товары вашей марки?». В разработке позиционирования существуют некоторые основные идеи и концепции. Во-первых, позиционирование относится в большей степени к долгосрочной стратегии. Именно поэтому позиционирование должно быть устойчивым и приспособленным к будущему развитию, то есть может эволюционировать и изменяться в периоды роста, зрелости и спада бренда или компании. Во-вторых, позиционирование — это то, что потребитель думает о компании, продукции или услуге. Эффективное позиционирование предлагает потребителям явные выгоды покупки товаров компании.

Позиционирование бренда может происходить с помощью различных форм, средств и методов. В соответствии с тезисом, согласно которому «активному субъекту рынка нужно быть мобильным»- зачастую, выбор средств позиционирования опирается на те из них, которые позволяют быстро и гибко реагировать на потребности клиентов. В настоящее время, такими средствами позиционирования являются интерактивные формы.

Интерактивные формы взаимодействия – это возможность взаимодействия субъектов в условиях реального времени с использованием современных средств коммуникации, в частности, глобальной сети Интернет, по мнению Руденко М.Н. Эти формы взаимодействия позволяют осуществить индивидуальный подход к потребителю, учитывать особенности каждого клиента. Есть множество универсальных средств интерактивного взаимодействия. На практике, каждое из них нуждается в адаптации к реальности в соответствии со сферой и спецификой деятельности компании. В данном случае, речь идет о коммерческой компании в сфере ресторанного бизнеса. Так, согласно нашей гипотезе, наиболее эффективными являются следующие средства интерактивного взаимодействия:

Веб-сайт. Помимо дизайнерского решения здесь очень важно знать, как с помощью построения правильной структуры, верстки и информационного наполнения отразить ценности бренда, заложенные в позиционирование компании. Кроме того, еще на этапе разработки сайта, целесообразно включить в создание его контента целевую аудиторию, что позволяет избежать многих ошибок в создании бесполезных и не интересных веб-странице на вашем сайте. Это можно исследовать, например, методом опроса ваших посетителей или потенциальной целевой аудитории либо в традиционной форме, в виде анкет, либо, если имеется онлайн - ресурс, провести опрос в сети.

Социальные сети. Главной особенностью сервисов нового поколения являются именно инструменты поиска нужных контактов и установления связей между людьми. Иными словами, социальные сети являются одним из самых мощных средств интерактивного взаимодействия и позиционирования коммерческой компании. Использование таких популярных сетей как «В контакте», «Instagram», «Twitter», позволяют наиболее мобильно оповещать клиентов о последних новостях и событиях вашей компании. Здесь важно учитывать специфику целевой аудитории, и в соответствии с этим, определяться с выбором социальной сети.

Онлайн-конкурсы. Оповещение о грядущем конкурсе возможно через любой аккаунт компании в социальной сети. Также данный вид интеракции позволяет наиболее быстро фиксировать интерес к определённому событию и отслеживать популярность при заходе пользователей на ссылку. Наиболее популярными и интересными являются конкурсы фото и видео работ.

Таким образом, для позиционирования компании с помощью интерактивных средств необходимо учесть, прежде всего, то, что потребитель думает о фирме. Поэтому решающее значение имеет то, что позиция в перспективе должна быть определена потребителем, а не компанией.

Список литературы

1.http://cyberleninka.ru/
2.http://www.creativeconomy.ru/