

659.443/.446

**ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ К
ИССЛЕДОВАНИЮ ТЕХНОЛОГИИ
МОУШЕН-ДИЗАЙНА В
МЕДИАПРОДВИЖЕНИИ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

A. С. Коновалова

Донской государственной технической
университет, Ростов-на-Дону, Российская
Федерация

kasergeevna@yandex.ru

В условиях высокой конкуренции на рынке технологического предпринимательства очень важно правильно выбирать инструменты продвижения. Эффективная технология привлечения новых проектов и доходов – результат удачно выбранной маркетинговой стратегии. В статье рассматривается одна из самых мощных на сегодняшний день технологий медиапродвижения – моушен-дизайн.

Ключевые слова: технологическое предпринимательство, медиапродвижение, моушен-дизайн.

Введение. Что такое технологическое предпринимательство, и какие задачи оно решает? Для начала необходимо разобраться, что такое предпринимательство. Австрийский и американский экономист и социолог Йозеф Шумпетер определяет предпринимательство как процесс создания инноваций. Он утверждает, что продукт научно-технической деятельности, некая инновация, лежит в основе технологического предпринимательства.

«Сегодня тема технологического предпринимательства является очень актуальной. И тому есть ряд причин. Это и необходимость модернизации национальной экономики путем смещения сегмента добывающих и сырьевых отраслей в сферу глубокой переработки и высоких технологий. Это и возникающая у предпринимателей необходимость оперативно меняться и подстраиваться под нужды рынка. Это и текущие рыночные реалии, когда технологическое превосходство становится одним из важнейших факторов успеха на рынке», – подчеркивает руководитель проектного офиса Ульяновского наноцентра Ulnanotech Андрей Полуэктов. По его словам, основной целью нанотехнологических центров является поиск и создание инновационных проектов и бизнеса, а также содействие их коммерциализации и развитию.

Нельзя недооценивать важность такого предпринимательства для технологического развития страны. Важно придерживаться клиентоориентированной политики, внимательно изучать целевые аудитории, их интересы и ожидания.

659.443/.446

**THEORETICAL JUSTIFICATION FOR
THE STUDY OF MOTION-DESIGN
TECHNOLOGY IN MEDIA PROMOTION
OF TECHNOLOGICAL
ENTREPRENEURSHIP**

A. S. Konovalova

Don State Technical University, Rostov-on-Don,
Russian Federation

kasergeevna@yandex.ru

In conditions of high competition in the market of technological entrepreneurship, it is very important to choose the right tools for promotion. Effective technology to attract new projects and revenues is the result of a well-chosen marketing strategy. The article considers one of the most powerful technologies of media promotion – motion-design.

Keywords: technological entrepreneurship, media promotion, motion design.

К основным целевым группам технологического предпринимательства можно отнести новаторов, предпринимателей, государство, инвесторов, конкурентов, партнеров, лиц, формирующих общественное мнение, и других.

В условиях нарастающей конкуренции и характерной для рынка битвы за клиента необходимо играть по заданным правилам. Для дальнейшего эффективного развития технологического предпринимательства нужно использовать современные коммуникационные технологии продвижения, задействовать весь арсенал маркетинговых и рекламных средств, формировать перспективные стратегии коммуникационной деятельности, выстраивать тактику и определять информационную политику.

Современный мир знает немало успешных технологических предпринимателей: Стив Джобс – сооснователь и CEO компаний Apple, NeXT и Pixar, Марк Цукерберг – один из разработчиков и основателей социальной сети Facebook, Сергей Брин – разработчик и сооснователь поисковой системы Google, Джек Дорси – основатель Твиттера. В этом списке есть и российские предприниматели: Давид Ян – основатель и член совета директоров группы компаний АBBYY, Евгений

Касперский – один из основателей, основной владелец и нынешний глава АО «Лаборатория Касперского», Сергей Белоусов – основатель и генеральный директор компании Acronis, Ратмир Тимашев – основатель и президент компании Aelita Software, а также основатель и президент Veeam Software, соучредитель венчурного фонда ABRT.

Выделение технологического предпринимательства в отдельную группу основанных на новых технологиях фирм произошло в середине 1990-х, когда стали знаменитыми Кремниевая долина Стенфордского университета и Дорога 128 MIT, Бостон, в США, где быстро росло число высокотехнологичных стартапов.

На сегодняшний день технологическое предпринимательство распространено, главным образом, в интернет-индустрии и индустрии разработки программного обеспечения – областях, где новые разработки можно особенно быстро коммерциализировать. В промышленном предпринимательстве осуществляется производство товаров, услуг, информации, духовных ценностей с использованием инноваций. Не менее важна включенность российских проектов в мировую экономику.

Существует некий дефицит технологических предпринимателей, но не стоит забывать о довольно успешных историях в IT-секторе. Например, «Транзас» – ведущий мировой разработчик и производитель морского бортового и берегового оборудования, электронно-картографических систем, морских электронных карт, «Монокристалл» – ведущий мировой производитель синтетического сапфира. Примеры успешного технологического предпринимательства, безусловно, есть. Но у нас проблема с плотностью среды. Успешных историй пока маловато для того, чтобы выстроилась сеть, которая сделала бы их не отдельными единичными случаями, а нормой.

Использование социальных платформ как каналов для продвижения бренда и решения других бизнес-задач. Продвижение технологического предпринимательства – один из главных пунктов повышения статуса самого предприятия. Всякое напоминание о товарах, услугах, общественной деятельности либо об идеях это и есть продвижение. Продвижение хорошо влияет на стимулирование спроса, а также на формирование положительного имиджа и репутации. Развитие сети Интернет и информационных технологий упростило работу по продвижению

продуктов, товаров и услуг. Привлекать потенциальных клиентов стало гораздо проще. На сегодняшний день ни одно крупное предприятие не обходится без своего интернет-портала.

В условиях высокой конкурентоспособности предприятию нужно постоянно отслеживать свои позиции на рынке и стремиться стать его лидером.

Необходимо донести всю нужную информацию о предприятии в полном объеме. Таким способом донесения информации может стать имиджевое видео, которое поможет повысить репутацию предприятия среди потенциальных потребителей или партнеров. Подобным образом можно не только сформировать имидж предприятия с самого начала, но и скорректировать уже имеющуюся, сложившуюся репутацию. Мероприятия по продвижению предприятия проводятся с целью активизации потребительского спроса и формирования положительного отношения к нему.

Первый и вполне логичный вопрос, который возникает в голове у начинающего предпринимателя: «Зачем моему бизнесу нужны социальные сети»? Ответ прост: «Бизнес должен быть там, где клиенты. Необходимо общаться с покупателями на популярных платформах».

Моушен-дизайн – эффективная технология медиапродвижения. Высокие технологии очень быстро и непрестанно развиваются, а вместе с ними развивается и рынок креативного продакшена. Семь лет назад сложно было представить ситуацию, в которой моушен-дизайн использовали бы для продвижения услуг. Заниматься моушен-дизайном стало вполне реально для всех, он доступен практически каждому. Именно поэтому всё больше заказов на рекламу поступает именно в компании видеопродакшена, специализирующиеся на моушен-дизайне.

В настоящее время существует множество студий видеопродакшена, которые в той или иной степени занимаются моушен-дизайном. Рекламные видеоролики или имидж-клипы, проекционные декорации и корпоративные фильмы – это и многое другое предлагают продакшен-студии. Данный факт говорит об актуальности моушен-дизайна в современном мире. Благодаря техническому прогрессу и способностям дизайнеров моушен-дизайн успешно развивается не только в киноиндустрии, но и в других областях.

Из-за стремительных темпов развития компьютерных технологий тема моушен-дизайна еще плохо изучена и практически не представлена в научной литературе, следовательно, у этого термина, обозначающего исследуемый вид дизайна, нет общепринятого определения. К сожалению, на сегодняшний день не существует книжного пособия по моушен-дизайну, поэтому можно легко запутаться в его определении при переходе с сайта на сайт.

По мнению крупнейшего в Европе ресурса для IT-специалистов «Хабрахабр», «Motion Design – направление современного искусства, представляющее симбиоз графического дизайна и динамической графики, такой как фильмы, видео или компьютерная анимация» [4–5].

В моушен-дизайне невозможно ограничиться лишь знаниями дизайнера. Это уникальное направление, которое является сплавом дизайна, анимации, режиссуры и визуальных эффектов. Это целая палитра технологий и инструментов для визуализации любой идеи в самых разных сферах.

Моушен-дизайн участвует в производстве имиджевых заставок. Такие заставки нацелены не столько на продажи, сколько на создание определённого имиджа или обучение людей на конкретном предприятии или в организации. Помимо имиджевых, существуют корпоративные заставки, которые выполняют подобную же миссию.

Заключение. Известный российский моушен-дизайнер Евгений Дружинин, выступая на форуме аудиовизуальных искусств «Медь», подчеркнул, что «сейчас моушен-дизайн переживает этап коммерциализации. Большинство клиентов обращается к моушен-дизайну как к виду

коммуникации «клиент – зритель» или «продукт – зритель» [6–7]. Высокие технологии продолжают развиваться, а вместе с ними развивается и рынок креативного продакшена. Действительно, лет семь назад сложно было представить ситуацию, в которой моушен-дизайн использовали бы для продвижения услуг. Занятие моушен-дизайном стало реальностью, оно доступно практически каждому. Именно поэтому всё больше заказов на рекламу поступает именно в компании видеопродакшена, специализирующиеся на моушен-дизайне.

Библиографический список.

1. Связь предпринимательства и инновационной деятельности [электронный ресурс] / Knigi. News. — Режим доступа : <http://knigi.news/menedj/svyaz-predprinimatelstva-innovatsionnoy-45165.html> (дата обращения: 25.04.2017).
2. Технологии в предпринимательстве: как в современном мире взаимодействуют инновации и бизнес [электронный ресурс] / РВК. — Режим доступа: <http://www.rvc.ru/press-service/media-review/eco/96494/> (дата обращения: 25.04.2017).
3. Технологическое предпринимательство [электронный ресурс] / Википедия. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (дата обращения: 26.04.2017).
4. О компании [электронный ресурс] / Транзас. — Режим доступа: <http://www.transas.ru> (дата обращения: 26.04.2017).
5. О компании [электронный ресурс] / Монокристалл. — Режим доступа: http://www.monocrystal.com/ru/about_ (дата обращения: 26.04.2017).
6. Motion Design [электронный ресурс] / Хабрахабр. — Режим доступа: <https://habrahabr.ru/post/39758/> (дата обращение: 26.04.2017).
7. Моушен-дизайн [электронный ресурс] / YouTube [Аккаунт форума «Медь»]. Режим доступа: URL: <https://www.youtube.com/watch?v=OqFC8zeX9-I> (дата обращения 25.11.2016).