

Міністерство освіти і науки України  
Хмельницький національний університет



**ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ**  
за матеріалами XIII Всеукраїнської науково-практичної конференції  
«Актуальні проблеми комп'ютерних наук АПКН-2021»

*15-16 жовтня 2021*

Хмельницький 2021

УДК 004:37:001:62

Збірник наукових праць за матеріалами XIII Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми комп'ютерних наук АПКН-2021». Хмельницький – 2021. – 413с.

У збірнику наукових праць подані перспективні практичні розробки аспірантів, студентів та здобувачів в області сучасних інформаційних технологій. Розглянуто актуальні проблеми комп'ютерних наук, комп'ютерної інженерії, прикладної математики й інженерії програмного забезпечення, приведено ряд робіт по впровадженню інформаційних технологій у виробництво та управління. Висвітлено перспективні розробки сучасних систем пошуку, обробки й захисту інформації, медійних та комунікаційних системи.

УДК 004:37:001:62

Матеріали конференції відтворені з авторських оригіналів. При макетуванні можливі незначні зміни компоновки контенту авторських оригіналів.

Участь у конференції та складові всіх її етапів (розгляд праць, макетування, публікація збірника наукових праць та видача сертифікатів) є безкоштовними для всіх учасників. Оргкомітет конференції висловлює подяку учасникам конференції та сподівається на подальшу співпрацю.

З питань проведення конференції та подальшого обміну інформацією звертатись на e-mail конференції: [apkt.khnu@gmail.com](mailto:apkt.khnu@gmail.com)

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ КОМП'ЮТЕРНИХ НАУК - 2021**

*XIII Всеукраїнська науково-практична конференція*

Метою конференції є висвітлення актуальних проблем комп'ютерних наук, інформатики та інформаційних технологій.

**СЕКЦІЇ КОНФЕРЕНЦІЇ:**

1. Комп'ютерні науки та прикладні інформаційні технології.
2. Комп'ютерна інженерія та системи захисту інформації.
3. Математичне моделювання та інженерія програмного забезпечення
4. Телерадіокомунікації, медійні та комунікаційні системи.
5. Проблеми впровадження інформаційних технологій у виробництво та управління.

Робочі мови конференції: українська, англійська

**ОРГКОМІТЕТ:**

**СИНЮК О. М.** голова оргкомітету, проректор Хмельницького національного університету з наукової роботи, доктор технічних наук, професор

**САВЕНКО О. С.** заступник голови оргкомітету, декан факультету Інформаційних технологій ХНУ, доктор технічних наук, професор

**БАРМАК О. В.** заступник голови оргкомітету, завідувач кафедри Комп'ютерних наук ХНУ, доктор технічних наук, професор

**ГОВОРУЩЕНКО Т. О.** завідувач кафедри Комп'ютерної інженерії та інформаційних систем ХНУ, доктор технічних наук, професор

**ВИСОЦЬКА О. В.** доктор технічних наук, завідувач кафедри Радіоелектронних та біомедичних комп'ютеризованих засобів і технологій Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», професор

**ЛАВРОВ Є. А.** доктор технічних наук, професор (Сумський державний університет)

**ТИМОФЄЄВА Л. В.** відповідальна за студентську науково-дослідну роботу ХНУ

**МАЗУРЕЦЬ О. В.** секретар конференції, к.т.н., доцент кафедри Комп'ютерних наук ХНУ

**МОЛЧАНОВА М. О.** секретар конференції, викладач кафедри Комп'ютерних наук ХНУ

**КОНТАКТНА ІНФОРМАЦІЯ:**

e-mail для листування: [apkt.khnu@gmail.com](mailto:apkt.khnu@gmail.com)

<b>Левчик Т. С., Собко О. В., Житкевич В. В., Міхалевський В. Ц.</b> Метод автоматизованого діагностування хвороб рослинних культур.....	359
<b>Манзюк Е. А., Скрипник Т. К.</b> Система цільової кластеризації на послідових даних.....	364
<b>Матвійчук І. І., Багрій Р. О., Скрипник Т. К.</b> Моделювання web-орієнтованих систем .....	367
<b>Мельник В. С., Міхалевський В. Ц., Скрипник Т. К.</b> Інформаційна система для комплексної обробки деревини.....	372
<b>Огнєвий О. В., Медведчук В. Ю., Медведчук Н. К.</b> Основні принципи організації і особливості відеоконференцз'язку .....	375
<b>Онишко О. Г.</b> Метод та програмні засоби препроцесінгу вхідного текстового контенту .....	379
<b>Radiuk P. M.</b> A mental model approach for making decisions in it project management .....	381
<b>Пасічник О. А.</b> Програмна система методу вимірювання лінійних переміщень за аналізом зображень .....	385
<b>Павловський В. І., Савосько О. М.</b> Виявлення шкідливого трафіку за використанням глибинного навчання .....	390
<b>Пасічник О. А., Ющенко В. Б., Скрипник Т. К.</b> Інформаційні технології як засіб автоматизації та оптимізації маркетингових кампаній в соціальних мережах .....	395
<b>Петровський С. С.</b> Метод зваженої оцінки успішності навчання у школі.....	398
<b>Рожков Д. В., Петровський С. С., Скрипник Т. К.</b> Інформаційна система організації обігу нормативних документів .....	401
<b>Скрипник Т. К., Манзюк Е. А.</b> Метод машинного навчання для визначення якості перекладу текстової інформації.....	404
<b>Ющенко В. Б., Скрипник Т. К., Пасічник О. А.</b> Інформаційні технології у соц-медіа: PR, реклама, лідогенерація .....	406
<b>Яковчук М. В., Міхалевський В. Ц., Скрипник Т. К.</b> Система прийняття рішень у виробничих процесах сільськогосподарського підприємства. 408	
<b>Яшина О. М., Мартинюк О. Р.</b> Система управління якістю у розробці програмних продуктів .....	410

УДК 004.4

Ющенко В. Б., Скрипник Т. К., Пасічник О. А.

*Хмельницький національний університет*

## **ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У СОЦ-МЕДІА: PR, РЕКЛАМА, ЛІДОГЕНЕРАЦІЯ**

*Актуальність теми обумовлена як розвитком маркетингових технологій, які перетворюються на дієвий засіб формування образу продуктів у потенційних клієнтів, так і зростанням ролі інформаційних систем, оптимізації та автоматизації процесів в індустрії.*

*The topic's relevance is due to the development of marketing technologies, which are becoming an effective means of shaping the image of products to potential customers, and the growing role of information systems, optimization, and automation of processes in the industry.*

Багато змін, які відбулись за останнє десятиліття, потребують іншої практики маркетингу й бізнесу загалом. У компаній з'явилися нові можливості, здатні змінити їх підхід до здійснення маркетингової діяльності. Компаніям потрібен свіжий погляд на те, як працювати і як конкурувати у новому маркетинговому середовищі.

Якщо звернути увагу на те, що є різні концепції, які може використовувати організація, такі як: виробнича, товарна, збутова, маркетингова, то маркетингологи двадцять першого століття усвідомлюють потребу у всеосяжному, системному підході, не обмеженому традиційним застосуванням маркетингової концепції. І саме концепція цілісного ґрунтується на плануванні, розробленні та впровадженні маркетингових програм, процесів і заходів з урахуванням їх широти і взаємозалежності.

Метою роботи є розробка підходу до оптимізації діяльності маркетингових кампаній в соціальних мережах. Розуміючи важливість та значущість процесу поширення контенту в соцмережах на сучасному етапі, найбільші продуктові агенції світу мають свої акаунти в інтернет-сервісах Facebook, Twitter та LinkedIn.

На сучасному етапі соцмережі є ресурсом впливу на індивідуума, але також і інформація, що надходить від індивідуума в соцмережі, може стати важливим матеріалом для сервісних та продуктових компаній.

Таким чином, на світовій арені соціальні мережі можуть виступати не лише як засоби розміщення та розповсюдження інформації, а й бути механізмом інформаційного впливу на суспільну свідомість, настроїв людей та оцінку продуктів та сервісів.

Популярність соціальних мереж з кожним роком збільшується, і активність стає дедалі більше. Адже люди реєструються та стають активними користувачами.

На таких сайтах, як Фейсбук, Лінкедін є різні способи обміну інформацією. Наприклад, розміщення реклами, інмейли, особисте листування, участь у форумах та обговорення в них, коментування, знайомство з учасниками тієї чи іншої спільноти, підтримка контакту, можливість розповсюдити інформацію через репост.

Соціальні мережі виконують такі функції маркетингу:

- інформаційна – ця функція передбачає те, що люди, спілкуючись у соц. мережах обмінюються інформацією, яка може відноситися до продуктів та сервісів компанії, (наприклад, особисті враження та огляди, фотографії, відгуки), так і до елементів пізнавального, новинного та навчального характеру.
- комунікаційна – суть цієї функції у тому, що люди взаємодіють один з одним через соціальні мережі і навіть встановлюють між собою бізнес згоди. Це можуть бути і дружні, і ділові, і професійні, і особисті стосунки.
- ідентифікаційна – усі ми знаємо, що у кожній соціальній мережі є можливість варіювати своє відображення продукту чи сервісу. За бажанням компанія може виступати як звичайний дистриб'ютор або дружній до користувача представник.

Таким чином, ми можемо зробити висновок про те, що соціальні мережі відіграють велику роль у соціальній сфері життя, формують нові структури взаємодій. Можна навіть сказати, що вони утворили новий соціальний інститут. Розвитку соціальних мереж сприяє взаємодія соціального середовища та освіти. Якщо ми трохи звернемося до історії, то зрозуміємо, що той же Twitter або Facebook спочатку створювалися для певного прошарку людей, але вже сьогодні вони перетворилися на величезне світове інформаційне павутиння, яке охоплює людей по всій планеті та створює можливості для маркетингової діяльності різних компаній.

### Перелік посилань

1. Котлер Ф., Келлер К.Л. Павленко А.Ф. Маркетинговий менеджмент: Підручник. – К.:Хімджест, 2008. – 720 с.
2. Смит П.Р. Маркетинговые коммуникации: комплексный подход. – К.:Знання-Прес, 2003. – 796 с.
3. Батра, Раджив, Майерс, Джон Дж, Аакер, Девид А. Рекламний менеджмент. – М.; СПб.; К.: Издательский дом «Вильямс», 2004. – 784с.
4. Шведова И., Кузнецова Т. Книга директора по маркетингу производственного предприятия. – СПб.: ПИТЕР, 2007. – 432 с.
5. Мороз Л.А., Чухрай Н.І. Маркетинг:Підручник. – Львів: Нац. ун-т «Львівська політехніка», ІнтелектЗахід, 2002. – 244 с
6. Автоматизация маркетинга - Cossa.ru - <https://www.cossa.ru/trends/235050/>
7. Best Marketing Automation Software 2021: Compare Reviews on 270+ | G2 - <https://www.g2.com/categories/marketing-automation#grid>