

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования
Белорусский государственный университет
информатики и радиоэлектроники

УДК 004.777:005

Федотова Валерия Викторовна

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН И ЕГО РОЛЬ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕСА

АВТОРЕФЕРАТ

на соискание степени магистра экономических наук
по специальности 1-25 80 04 «Экономика и управление народным
хозяйством»

Научный руководитель
Архипова Лариса Ивановна
кандидат экономических наук, доцент

Минск 2016

КРАТКОЕ ВВЕДЕНИЕ

Актуальность избранной темы магистерской диссертации обусловлена тем, что в последнее время стремительно возрастает популярность интернета как среды новых возможностей для бизнеса, где специализированные интернет-мероприятия в виртуальном пространстве построены на интерактивном взаимодействии поставщика и клиента. В связи с этим важным инструментом интернет-маркетинга становится изабилити сайта, обеспечивающего привлечение и удержание клиентов. Юзабилити сайта предполагает эмоциональное взаимодействия сайта и посетителя, что делает эмоциональный дизайн сайта мощным инструментом для создания исключительно удачных и интуитивно понятных пользовательских интерфейсов целевых страниц, коммерческих веб-сайтов, новостных порталов. До последнего времени эмоции не играли большой роли в интернет-маркетинге. Сегодня эмоции являются ключом к полной реализации потенциала современного веб-дизайна. Эмоции — общий язык человечества, знакомый каждому с момента рождения. Эмоции оставляют глубочайший отпечаток в долговременной памяти, именно они заставляют человека чувствовать, что второй стороной интеракции в Глобальной сети является такой же человек. Потребитель совершает действие под воздействием эмоций, по этой причине дизайнерам и веб-разработчикам, владельцам бизнеса и топ-менеджерам необходимо уделить внимание эмоциональной составляющей дизайна.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Цель и задачи исследования. Разработка комплекса мероприятий по использованию элементов эмоционального дизайна сайта для повышения эффективности бизнеса.

К задачам относятся:

- 1) раскрыть сущность понятия эмоциональный дизайн и определить роль дизайна в бизнесе;
- 2) исследовать и установить взаимосвязь между эмоциональным дизайном и повышением эффективности бизнеса;
- 3) проанализировать состояние и практику применения эмоционального дизайна в веб-среде;
- 4) подготовить методическое и организационное обеспечение разработки коммерческого сайта с учетом эмоционального дизайна;
- 5) определить роль моделей AIDA и АССА в интернет-среде;
- 6) внести предложения по модернизации учебной программы курса «Интерактивный маркетинг».

Новизна полученных результатов. Предложено авторское методическое и организационное обеспечение разработки коммерческого сайта с учетом эмоционального дизайна. Проведен редизайн сайта и e-mail-рассылок в соответствии с моделями AIDA и АССА. Разработана учебная программа курса «Интерактивный маркетинг».

Положения, выносимые на защиту. Результаты анализа позволили сделать определенные выводы и обозначить научно-практические направления, по которым требуется систематизация и выработка методик и процедур, обеспечивающих применение элементов эмоционального дизайна для повышения эффективности бизнеса.

Таким образом, на защиту выносятся следующие положения:

1) методическое обеспечение для разработки коммерческого сайта с учетом эмоционального дизайна и использованием брифов, дополненных SPIN-технологиями;

2) комплекс мероприятий по разработке коммерческого сайта (редизайн) с учетом потенциала эмоционального дизайна и проведения А/В-тестирования;

3) адаптированные модели AIDA и ACCA для интернет-среды с учетом элементов эмоционального дизайна;

4) предложения по модернизации учебной программы по дисциплине «Интерактивный маркетинг», дополненной концепцией эмоционального дизайна и его роли в повышении эффективности бизнеса.

Апробация результатов исследования. Материалы 52-ой научно-технической конференции аспирантов, магистрантов и студентов БГУИР. Тема: «Использование инструментов эмоционального дизайна в модели AIDA».

Опубликованность результатов исследования. Материалы 52-ой научно-технической конференции аспирантов, магистрантов и студентов БГУИР, тема «Использование инструментов эмоционального дизайна в модели AIDA». Материалы 3-ей международной научно-методической конференции ТИМ-2016. Тема: «Развитие электронного обучения в БГУИР». Материалы 22-ой международной научно-методической конференции. Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В.И.Ульянова. Тема: «Развитие дистанционных образовательных технологий в БГУИР». Материалы международной научно-практической конференции «Молодой ученый: вызовы и перспективы». Тема: «Роль эмоционального дизайна в повышении конкурентоспособности интернет-бизнеса».

Структура и объем диссертации. 92 страницы, 49 рисунков, 4 таблицы, 17 источников и 4 публикации.

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, анализируется степень ее разработанности, определяется цель и задачи, объект и предмет исследования, раскрывается практическая значимость работы.

В первой главе изучены теоретические аспекты и понятийный аппарат эмоционального дизайна и его связь с базовыми инструментами интернет-маркетинга.

Во второй главе выполнен анализ состояния и практики применения эмоционального дизайна в веб-среде и дана характеристика рынка услуг по веб-дизайну в Республике Беларусь, проанализирована деятельность компаний, предоставляющих полный комплекс услуг по дизайну сайта,

рассмотрены особенности и скрытые возможности для бизнеса в этой сфере деятельности.

В третьей заключительной главе по анализу, проведенному во второй главе, предлагаются: методическое обеспечение для разработки коммерческого сайта с учетом эмоционального дизайна и использованием брифов, дополненных SPIN-технологиями; комплекс мероприятий по разработке коммерческого сайта (редизайн) с учетом потенциала эмоционального дизайна и проведения А/В-тестирования; адаптированные модели AIDA и ACCA для интернет-среды с учетом элементов эмоционального дизайна; предложения по модернизации учебной программы по дисциплине “Интернет-маркетинг”, дополненной концепцией эмоционального дизайна и его роли в повышении эффективности бизнеса.

В заключении работы обобщены и изложены основные выводы и практические рекомендации, вытекающие из проведенного исследования.

КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Степень эмоционального взаимодействия потенциальных и существующих клиентов с компанией определяет не только длительность и качество их отношений, но и объем потенциальной прибыли. Отрицательные эмоции сужают поле зрения человека, в то время как положительные обостряют внимательность и усиливают восприимчивость.

Таким образом, эмоциональный дизайн позволяет сделать аудиторию лояльной, готовой к действию, заинтересованной и счастливой; обеспечивает отличный опыт для пользователей, что благотворно влияет на конверсию и бизнес в целом. Эмоциональный дизайн рассматривается сегодня средство оптимизации продаж и, соответственно, получении прибыли, что является целью бизнеса.

Целью магистерской диссертации является разработка комплекса мероприятий по использованию элементов эмоционального дизайна сайта для повышения эффективности бизнеса.

Задачи:

- определить сущность понятия эмоциональный дизайн;
- исследовать точки контакта компании и клиента;
- определить роль дизайна в бизнесе;
- исследовать и установить взаимосвязь между эмоциональным дизайном и повышением эффективности бизнеса;
- проанализировать состояние и практику применения эмоционального дизайна в веб-среде;
- подготовить методическое и организационное обеспечение разработки коммерческого сайта с учетом эмоционального дизайна;
- определить роль моделей AIDA и ACCA в интернет-среде;

– внести предложения по модернизации учебной программы курса «интерактивный маркетинг».

В научно-исследовательской части работы изучены теоретические аспекты и понятийный аппарат эмоционального дизайна и его связь с базовыми инструментами интернет-маркетинга, описаны три уровня визуального дизайна, при соответствии которым лендинг будет одновременно и удобным для пользователя и красивым. Кроме того, в диссертации проанализированы основные положения концепций эмоционального дизайна Дона Нормана и Аарона Уолтера по оптимизации пользовательского опыта.

В аналитической части магистерской диссертации выполнен анализ состояния и практики применения эмоционального дизайна в веб-среде и дана характеристика рынка услуг по веб-дизайну в Республике Беларусь, проанализирована деятельность компаний, предоставляющих полный комплекс услуг по дизайну сайта, рассмотрены особенности и скрытые возможности для бизнеса в этой сфере деятельности. Для проведения анализа использованы чек-листы, предлагаемые различными поставщиками услуг и чек-листы собственной разработки, учитывающие особенности эмоционального дизайна. Кроме того проведен анализ и дана оценка особенностей эмоционального дизайна в точках контакта онлайн бизнеса. Результаты анализа позволили сделать определенные выводы и обозначить научно-практические направления, по которым требуется систематизация и выработка методик и процедур, обеспечивающих применение элементов эмоционального дизайна для повышения эффективности бизнеса.

Таким образом, на защиту выносятся следующие положения:

- 1) методическое обеспечение для разработки коммерческого сайта с учетом эмоционального дизайна и использованием брифов, дополненных SPIN-технологиями;
- 2) комплекс мероприятий по разработке коммерческого сайта (редизайн) с учетом потенциала эмоционального дизайна и проведения А/В-тестирования;
- 3) адаптированные модели AIDA и ACCA для интернет-среды с учетом элементов эмоционального дизайна;
- 4) предложения по модернизации учебной программы по дисциплине “Интернет-маркетинг”, дополненной концепцией эмоционального дизайна и его роли в повышении эффективности бизнеса.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, на защиту выносятся следующие положения:

- 1) методическое обеспечение для разработки коммерческого сайта с учетом эмоционального дизайна и использованием брифов, дополненных SPIN-технологиями;

- 2) комплекс мероприятий по разработке коммерческого сайта (редизайн) с учетом потенциала эмоционального дизайна и проведения А/В-тестирования;
- 3) адаптированные модели AIDA и ACCA для интернет-среды с учетом элементов эмоционального дизайна;
- 4) предложения по модернизации учебной программы по дисциплине “Интернет-маркетинг”, дополненной концепцией эмоционального дизайна и его роли в повышении эффективности бизнеса.

СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ

Материалы 52-ой научно-технической конференции аспирантов, магистрантов и студентов БГУИР, тема «Использование инструментов эмоционального дизайна в модели AIDA». Материалы 3-ей международной научно-методической конференции ТИМ-2016. Тема: «Развитие электронного обучения в БГУИР». Материалы 22-ой международной научно-методической конференции. Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В.И.Ульянова. Тема: «Развитие дистанционных образовательных технологий в БГУИР». Материалы международной научно-практической конференции «Молодой ученый: вызовы и перспективы». Тема: «Роль эмоционального дизайна в повышении конкурентоспособности интернет-бизнеса».