

## АЛГОРИТМЫ РАЗРАБОТКИ ОНЛАЙН-ПАРСЕРА ДЛЯ SMM-ПРОДВИЖЕНИЯ

Корнеев Р.С., Игнатович Е.П.

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
г. Минск, Республика Беларусь

Давыдовский А.Г., доцент кафедры ИПиЭ,  
кандидат биологических наук

Целью работы является разработка информационной системы, обеспечивающей пользователей инструментами для упрощения и автоматизации действий по маркетинговому продвижению в социальной сети Instagram.

Актуальность создания информационной системы определена необходимостью автоматизировать продвижение пользователей в социальных сетях.

SMM (social media marketing) — один из инструментов интернет-маркетинга. Суть SMM — привлечение клиентов из социальных сетей. По статистике Marketing Sherpa, 95% людей от 18 до 34 лет удобнее всего следить за брендом и взаимодействовать с ним именно через соцсети. С этим и связан большой спрос на SMM-специалистов: почти каждая компания ведёт соцсети. Для многих брендов это единственный канал продвижения в интернете [1].

Для продвижения бизнеса в социальной сети необходим качественный выбор целевой аудитории и оперативная работа с ней. Поиск своего будущего клиента и своевременное реагирование на его действия в сети — сложные задачи. Для решения этих задач владельцы бизнеса обращаются к маркетологам, таргетологам. В современном мире, компьютерная техника, в силу своих преимуществ в скорости, позволяет эффективно заменить человеческий труд при решении многих задач. В связи с этим растёт популярность сервисов, позволяющих владельцам бизнеса избавиться от необходимости в найме лиц, ответственных за маркетинг, сократить временные затраты на продвижение в социальных сетях а так же повысить эффективность своего продвижения.

Существующие сервисы для продвижения в сети Instagram не позволяют пользователю детально управлять своим продвижением, вместо этого, для всех пользователей в каждом сервисе существует единственный алгоритм продвижения. Очевидно, что такой подход не учитывает специфику маркетинга конкретного бизнеса, индивидуальные предпочтения владельца бизнеса.

Информационная система обеспечивает пользователей инструментами, с помощью которых он сам определяет алгоритм своего продвижения и может автоматизировать его. Кроме этого, передача управления над алгоритмом продвижения пользователю, прозрачность алгоритма повышают уровень доверия пользователей к системе.

Система подразумевает два типа пользователей: владельцы бизнеса, заинтересованные в SMM-продвижении и маркетологи, предоставляющие услуги по SMM-продвижению бизнеса. Информационная система адаптирована для использования как одной, так и другой группы.

Разработан красочный дизайн, связанный с тематикой сервиса. Веб-ресурс поддерживает кроссбраузерность и кроссплатформенность. Предусмотрен адаптивный дизайн — различный внешний вид и расположение элементов в зависимости от разрешения экрана устройства пользователя.

Серверная часть системы реализована на языке программирования Java с использованием Spring Boot, Spring Security, база данных — PostgreSQL, управление миграциями базы данных — Flyway. Клиентская часть — HTML, CSS, JavaScript (jQuery), Freemarker.

### **Список использованных источников:**

[1] Что такое SMM [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.unisender.com/ru/support/about/glossary/chto-takoe-smm/>

[2] Шупейко, И. Г. Эргономическое проектирование систем «человек–компьютер–среда». Курсовое проектирование / Шупейко, И. Г. – Минск: БГУИР, 2012

[3] Вайнштейн, Л.А. Эргономика : учеб. пособие / Л.А. Вайнштейн. - Минск : ГИУСТ БГУ, 2010. - 399 с.