**Практика управління репутацією: магнітне динамічне моделювання комунікаційних взаємодій**

**Балюн O. O., Кашпур A. O.**

Вступ

Динамічний розвиток комунікаційних технологій наприкінці ХХ – на початку ХХІ століття зумовив багато перетворень. Згідно з дослідженням компанії MediaKix, випущеної в 2016 році, люди все частіше проводять час у «горизонтальних комунікаційних системах», наприклад, соціальних мережах[[1]](#footnote-1). Згідно з блогом Flurry Analytics, середній американський громадянин витратив 198 хвилин на день, переглядаючи Інтернет, проти 168 хвилин перегляду телепрограм[[2]](#footnote-2).

…

1. Виникнення передумов проблеми та формулювання проблеми

Як зазначалося вище, нові технологічні можливості у сфері комунікації створили нові проблеми для громадських представників: брендів, приватних осіб, громадських та політичних установ тощо. …

2. Аналіз існуючих методів вирішення проблеми та формулювання завдання для оптимального розвитку техніки

Аналіз наявних дослідницьких інструментів показав їх неадекватну ефективність для вирішення вищезазначеної проблеми. …

Параграфів може бути більше двох.

Висновки

За результатами власного дослідження ReputationLab (Україна) та практичного тестування було створено техніку SW-ReaLity, яка в поетапному моделюванні дозволяє перевіряти різні сценарії поведінки інформації (інформаційних операцій) публічних об’єктів у взаємодії з ключових зацікавлених сторін та один одного в максимальному наближенні до реального життя. …

**Анотація**

У сучасних маркетингових і соціальних комунікаціях все більш актуальним стає динамічне та багатовимірне проектування та моделювання інформаційних взаємодій. Це, в свою чергу, формує запит створення інструментів досліджень, який дозволяє оперативно та якісно моделювати поведінку зацікавлених осіб з об’єктом в різних ситуаціях, беручи до уваги зацікавлені сторони, спілкуючись один з одним та взаємовплив на їх ставлення до об’єкта. … .

**Література**

1. How much time do we spend on social media? URL: http://mediakix.com/2016/12/how-much-time-is-spent-on-social-media-lifetime/#gs.rPNYGG8.

2. Khalaf S. The cable industry faces the perfect storm: Apps, App Stores and Apple. URL: http://flurrymobile.tumblr.com/post/128773968605/the-cable-industry-faces-the-perfect-storm-apps.

3. Аргенті П. Репутація та корпоративний бренд. *Огляд корпоративної репутації*. 2004. № 6. С. 368–374.

…

**Information about the authors:**

**Baliun Oksana Oleksandrivna,**

Candidate of Historical Sciences,

Associate Professor at the Department of Publishing and Editing

National Technical University of Ukraine “Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”

37, Peremohy avenue, Kyiv, 03100, Ukraine

orcid.org/0000-1175-5821-9485

**Kashpur Andrii Oleksandrovych,**

Postgraduate Student at the Department of Marketing and Advertising

Kyiv National University of Trade and Economics,

Head of the Research Center “ReputationLab”

19, Kyoto str., Kyiv, 03100, Ukraine

orcid.org/0000-1175-5821-9485

Наприкінці подається переклад теми статті англійською мовою:

**The reputation management practice: magnetic dynamic modeling of communication interactions**

Також подається переклад кожного підрозділу (відповідно до їх кількості в тексті) англійською мовою:

1. The problem’s prerequisites emergence and the problem’s formulation

**2. The analysis of existing methods for solving the problem and formulating a task for the optimal technique development**

1. How much time do we spend on social media? URL: http://mediakix.com/2016/12/how-much-time-is-spent-on-social-media-lifetime/#gs.rPNYGG8. [↑](#footnote-ref-1)
2. Аргенті П. Репутація та корпоративний бренд. Огляд корпоративної репутації. 2004. № 6. С. 371. [↑](#footnote-ref-2)