

димы для приведения собственности (зданий, сооружений) в соответствующую форму. Эти затраты включают в себя затраты на разрушение существующего здания для строительства нового, выплату рабочим заработной платы, строительно-монтажные работы, внутренние работы и др.;

5) метод подрядчика заключается в том, что рыночная стоимость здания или сооружения приравнивается к затратам на его реконструкцию. Сначала оценивается рыночная стоимость необработанной земли, к ней прибавляются затраты для восстановления нового здания, которое могло бы выполнять функцию существующего, учитываются устаревание и целесообразность существующего здания относительно современного строительства [2].

Таким образом, оценка недвижимости за рубежом не имеет серьезных отличий от подходов к оценке недвижимости в Республике Беларусь.

Источники

1. Оценка недвижимости [Электронный ресурс] // ООО «Бизнес-оценка». — Режим доступа: <http://biznes-ocenka.by/ocenka-nedvijimosti>. — Дата доступа: 17.11.2018.

2. *Синяк, Н.* Оценка недвижимости за рубежом [Электронный ресурс] / Н. Синяк // Строительство и недвижимость. — Режим доступа: <http://www.nestor.minsk.by/sn/2002/32/sn23213.html>. — Дата доступа: 18.11.2018.

В.С. Ковальчук
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Л.С. Климченя, канд. экон. наук, доцент

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Сегодня практически невозможно найти человека, не зарегистрированного в одной или нескольких социальных сетях. Именно поэтому SMM продвижение становится полноценным маркетинговым методом. Эффективность рекламы в социальных сетях нельзя игнорировать, теряя возможность использовать этот инструмент, ведь в «Одноклассниках», Facebook, «ВКонтакте», Twitter, Instagram и других находится значительная часть целевой аудитории.

Существуют следующие основные виды рекламы в социальных сетях:

– таргетированная реклама в социальной сети — целевая реклама, предназначенная исключительно для той аудитории, которая заинтересована в показе объявления;

– интегрированная в контент социальной сети реклама — целевая реклама, которая предназначена для заранее определенной

(при помощи настроек рекламных фильтров) аудитории. Отличается от таргетированной рекламы тем, что она не является статически закрепленной за пределами основного контента социальной сети, выступая одним целым вместе с отображаемым уникальным контентом;

– интегрированная в контент популярных аккаунтов социальной сети реклама — скрытая реклама, ничем не отличающаяся от повседневного контента популярных аккаунтов. Целевая аудитория зависит от следящей за выбранным аккаунтом аудитории.

Вне зависимости от выбранного вида рекламы рекламодатель может использовать различный уникальный контент, соответствующий правилам социальной сети. Сюда относятся: изображения, видео, конкурсы, опросы, ссылки и др.

Важно понимать, что рекламная кампания в социальных сетях не может являться основным каналом продаж, она призвана повысить узнаваемость, лояльность аудитории, стимулируя рост продаж.

На данный момент компаний, не использующих рекламу в социальных сетях, единицы.

Существует несколько способов определения эффективности рекламы:

– статистика в личном кабинете аккаунта рекламодателя отображает полную картину работы объявления, начиная от количества показов и затрат на рекламную кампанию, заканчивая количеством переходов уникальных пользователей на ресурс рекламной кампании;

– счетчик URL (яндекс метрика) измеряет количество загрузок ресурса рекламной кампании, позволяет отследить тенденцию, среднесуточное посещение, дни, когда вовлеченность достигает максимально высоких показателей.

Опираясь на данную статистику, можно вычислить цену клиента. Если она будет слишком высока, будет выходить за рамки бюджета — стоит поработать над рекламной кампанией, настройками рекламных фильтров, а также над используемым рекламным контентом.

Подводя итоги, можно с уверенностью сказать, что при правильно построенной рекламной кампании социальные сети являются одной из наиболее подходящих площадок для ее проведения. Вместе с этим повышается узнаваемость компании.

Источники

1. О рекламе в социальных сетях [Электронный ресурс] // ВКонтакте. — Режим доступа: <https://vk.com/ads/>. — Дата доступа: 02.12.2018.