

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ “ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА”
КАФЕДРА СИСТЕМИ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

ЗВІТ

про виконання лабораторної роботи №3
з дисципліни: «Методи ділових комунікацій»

на тему:
«ДОСЛІДЖЕННЯ, АНАЛІЗ ТА ОПИС ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ,
СТВОРЕНОГО В РІЗНИХ КУЛЬТУРНИХ СЕРЕДОВИЩАХ»

Виконав:
студент групи КН-410
Шиманський П.С.
Прийняв:
Зімоха І.О.

Мета: набути досвіду дослідження, аналізу та опису інформаційного продукту, що створений в різних культурних середовищах. На практиці зрозуміти адаптування однієї і тієї ж інформації в різних культурних середовищах, особливості та відмінності її подання, вдосконалити навички лаконічного формулювання своїх думок, а також коректно та аргументовано висловлювати свої доводи відповідно до теми дослідження.

Завдання:

1. Знайти, дослідити, проаналізувати та описати інформаційний продукт (рекламу, сайт, опис об'єкту тощо), що створений в різних культурах (високо/низькоконтекстних; «персик»/«кокос»).
2. Обґрунтувати особливості подання інформації (контенту) в обраних культурних середовищах. Лаконічно та аргументовано описати їх відповідно до об'єкту дослідження та навести приклади на підтвердження сформульованих тез.

Хід роботи:

На даній лабораторній роботі я буду аналізувати веб сторінки однакових товарів у різних культурах. За приклад було взято веб сторінку напою «Sprite». Країни, які я буду порівнювати – Сполучені Штати Америки та Німеччина.

Сполучені Штати Америки належать до типу низько контекстуальних та «персикових» культур.

Німеччина належить до типу високо контекстуальних та «кокосових» культур.

Аналіз американської версії сайту

В американській версії сайту можна помітити доволі стандартне розміщення меню та кнопок посилань на інші сторінки у соціальних мережах даного продукту.

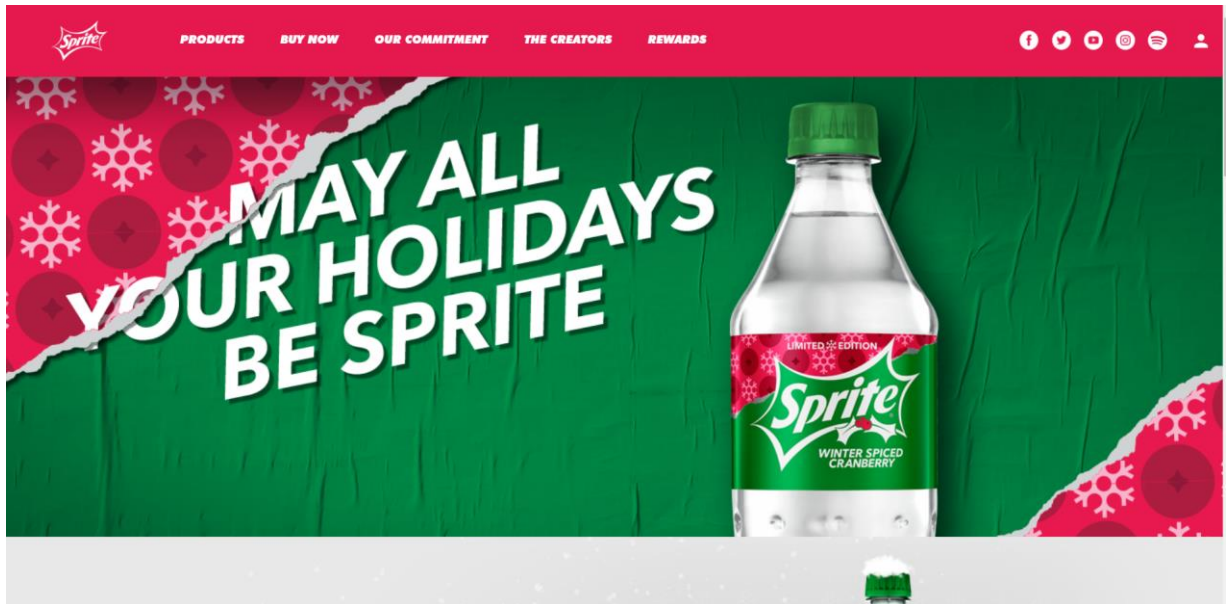


Рис.1. Вигляд веб сторінки американської версії

Як можна побачити з рис.1 меню розташоване вгорі сайту, під ним ж розміщена реклама нового смаку «Sprite».



Рис.2. Можливість замовлення нового смаку «Sprite»

Також на рис.2 можемо побачити, що на сайті присутня можливість замовлення нового смаку «Sprite».

Крім цього, під рекламою даного продукту присутній також відеоролик рекламного характеру, який можна переглянути(рис.3)

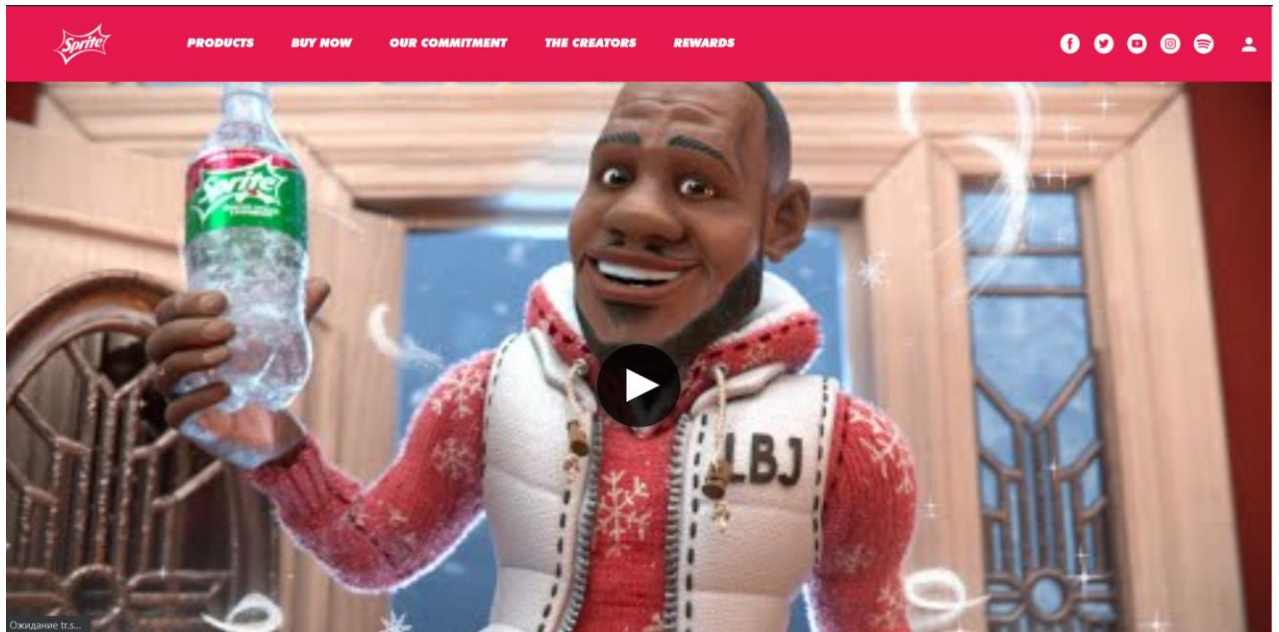


Рис.3. Відеоролик нового смаку «Sprite»

Внизу сайту розміщені контакти, які посилаються на різні соціальні мережі, а також список продуктів, які виступають під маркою «Sprite»(рис.4)

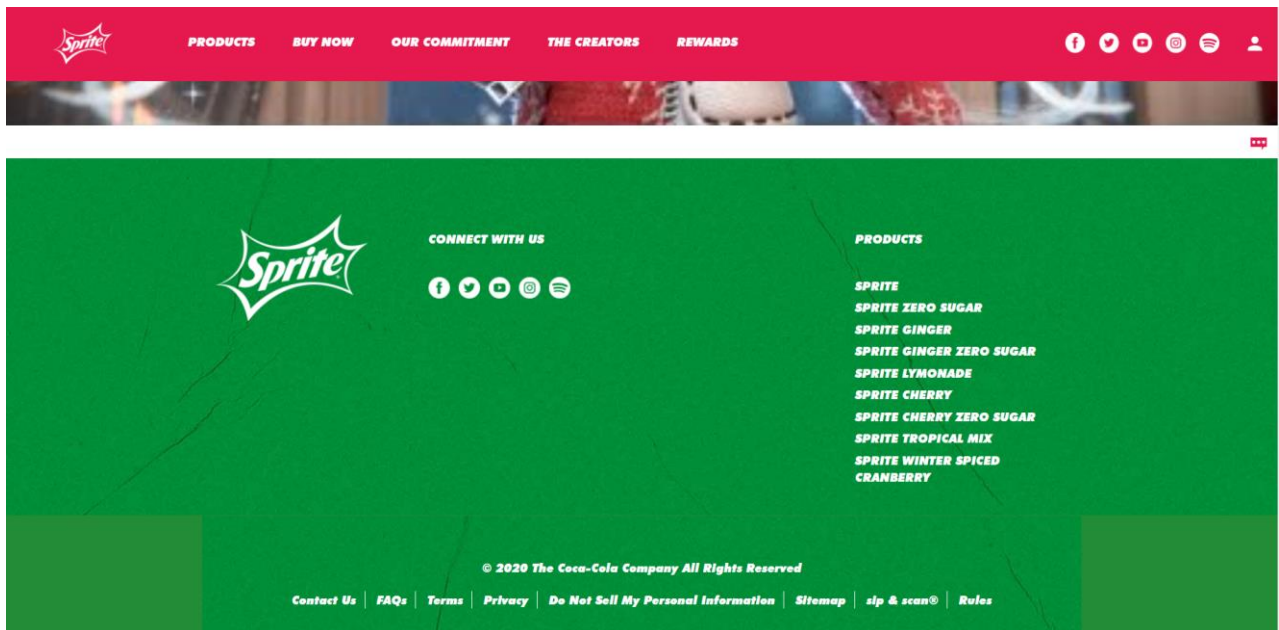


Рис.4. Список всіх продуктів марки «Sprite»

Як висновок можна стверджувати, що сайт постійно оновлюється таким чином, щоб рекламувати новий продукт і надає можливість всім охочим користувачам замовити даний продукт. Також американська версія сайту надає свої контакти на більшість соціальних мереж, що збільшує кількість користувачів, які можуть дізнатися про вихід нового продукту, крім цього користувачі зможуть контактувати з даною фірмою і пропонувати або ж позитивно реагувати на щось.

Аналіз німецької версії сайту

Німецька версія сайту «Sprite» відразу ж відрізняється від американської. По-перше панель кнопок меню розміщений як окрема кнопка з назвою «Меню», яка після активації відкриває панель з правого боку.

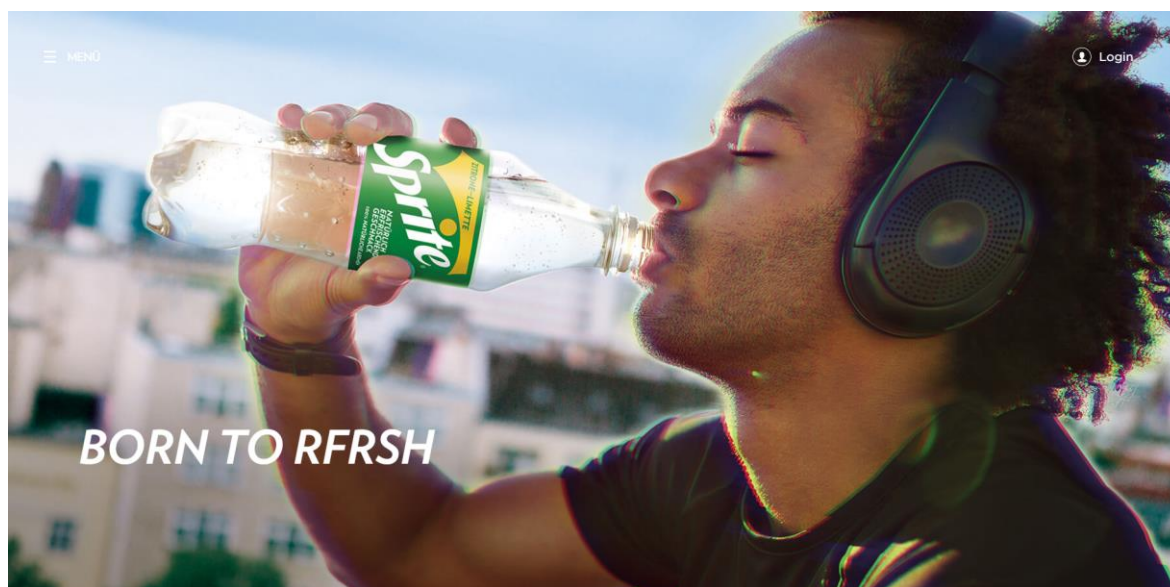


Рис.5. Німецька версія сайту «Sprite»

На панелі з правого боку розміщені кнопки посилання на іншу відому продукцію даного виробника у Німеччині такі як «Powerade», «Lift» та «VIO».

Mein Account

MENÜ

HOME

Coca-Cola

Powerade

Lift

VIO

Mezzo Mix

Fanta

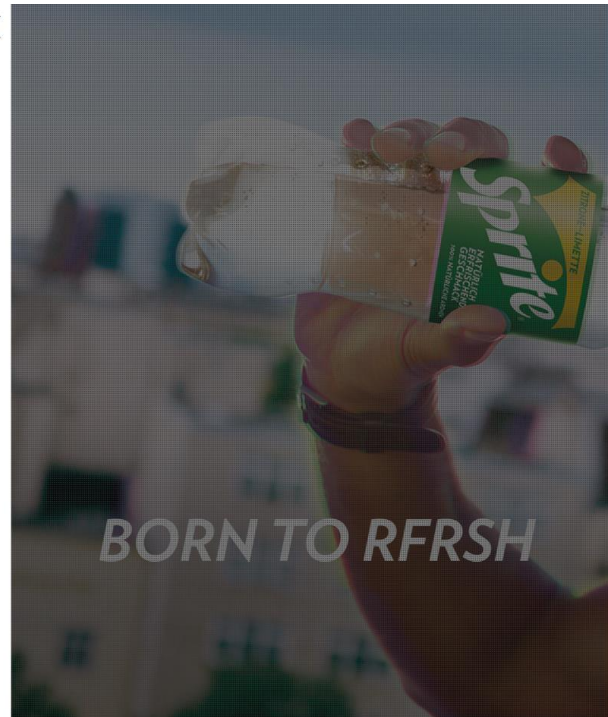


Рис.6. Бокова панель німецької версії сайту «Sprite»

По середині сайту розміщені реклами двох популярних смаків напою «Sprite» з коротким описом про них, це можна побачити на рис.7 та рис.8.

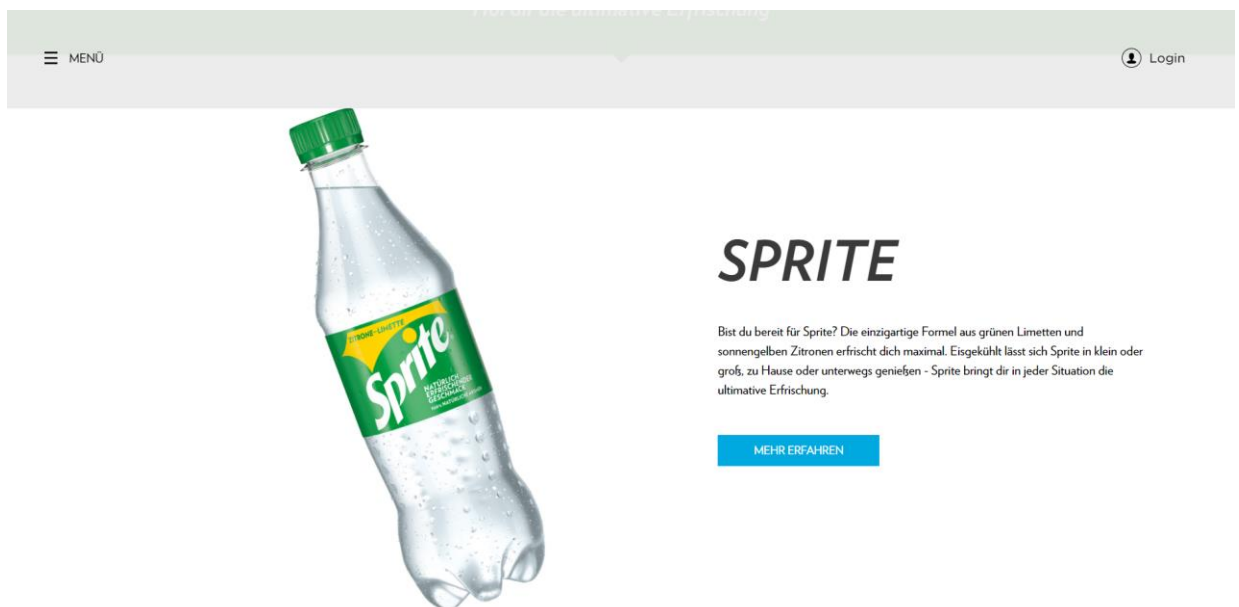


Рис.7. Реклама стандартного смаку «Sprite»

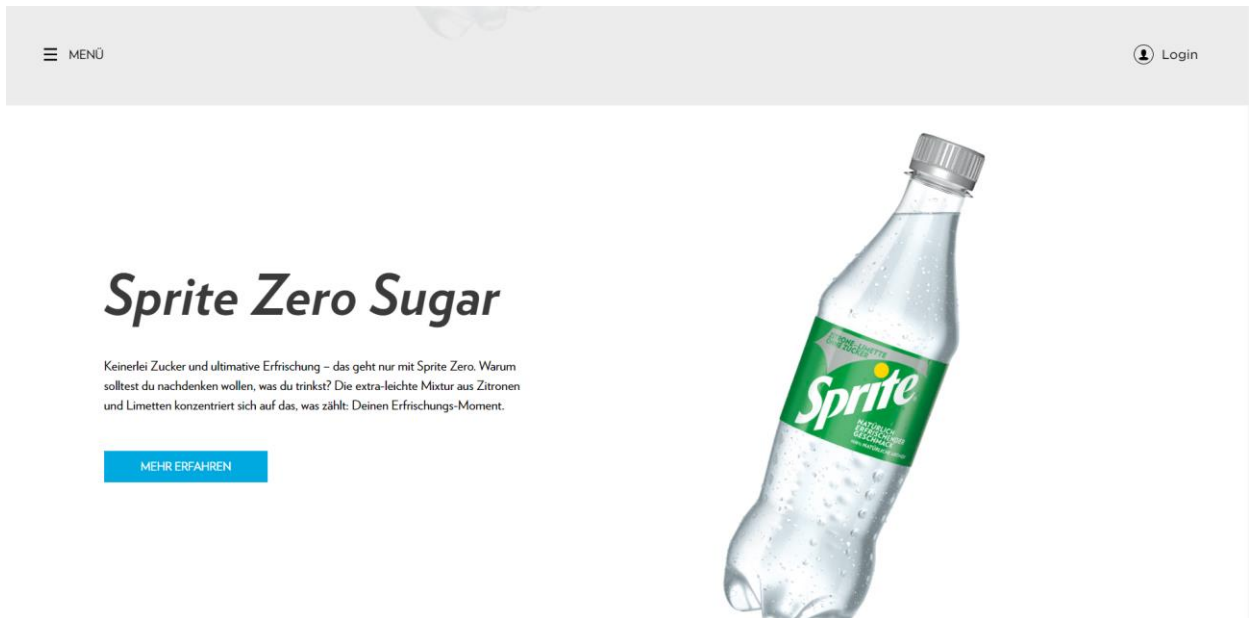


Рис.8. Реклама смаку «Sprite Zero Sugar»

Також внизу сайту є кнопка, після активації якої відбудеться розгортання сторінки, яка показуватиме інформацію про всі точки даного виробника у різних країнах світу.

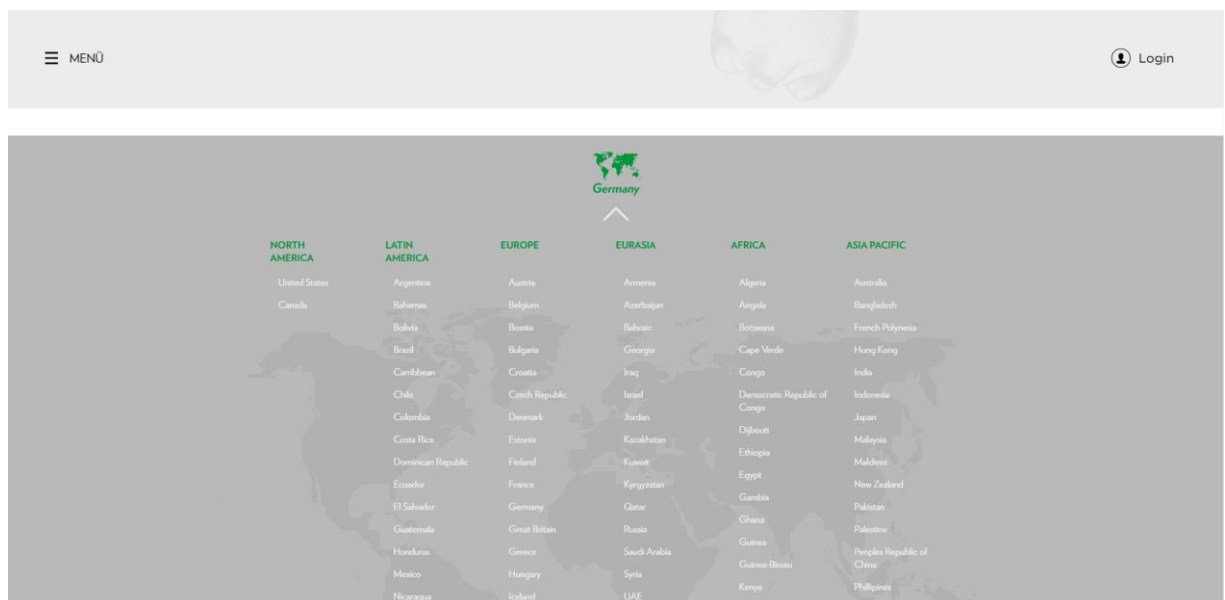


Рис.9. Місцезнаходження у різних країнах виробника «Sprite»

Крім цього, це не лише список усіх країн в яких є даний виробник, але це також кнопки посилання, які перенаправляють користувача на сайти «Sprite» певної країни.

Як результат бачимо, що німецька версія сайту більш «кокосова», це видно по тому, що реклама на даному сайті не є такою яскравою та й загалом, якщо зачіпати тему дизайну веб сторінки, то можна стверджувати, що вона є достатньо «кокосовою», адже сам стиль сайту виконаний у сірих кольорах, що є характерною ознакою «кокосової» культури, тобто непривітним, «важким».

Висновок:

Під час виконання лабораторної роботи я провів аналіз веб сторінок такого популярного продукту як «Sprite». Аналізував я німецьку та американську версію сайту, в результаті чого я дійшов висновку, що німецька версія сайту є більш «кокосовою» в тому сенсі, що у плані дизайну сайт виконаний у сірих тонах, що показує «важкість» «кокосової» культури. У свою чергу американська версія виконана більш яскраво та є привітнішою до користувачів, що лише підкреслює «персиковість» даної культури. Таким чином я зрозумів різницю між «кокосовою» та «персиковою» культурами.