

Возможность создания секретного чата (Viber, Facebook Messenger, Telegram);
Возможность начать групповую видеосвязь (Facebook Messenger, Skype);
Закрепление рекламных записей (Viber Facebook Messenger);
Безопасность, шифрование данных.

А из недостатков:

Для каждого региона присущ «свой мессенджер» (для стран СНГ – «Viber», для Америки «Facebook Messenger»);

Не всегда доступна версия для ПК;

Некоторые мессенджеры не поддерживают групповую видеосвязь;

Не всегда высокая скорость связи.

Список использованных источников:

1. <https://blog.ingate.ru/detail/messendzhery-bolshe-chem-obmen-soobshcheniyami> (Мессенджеры в бизнесе)
2. <http://www.allcio.ru/cionews/management/114977.html> (Мессенджеры в менеджменте)
3. <http://www.voipoffice.ru/tags/messendzhery/> (Обзор мессенджеров)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДРОНОВ В СФЕРЕ БИЗНЕСА

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

Лузько Д.И., Полидовец И.И

Цыганков В.Д. – к.т.н., доцент

На сегодняшний день высокие технологии проникают почти во все сферы жизнедеятельности человека, тем самым совершенствуя рабочий процесс и сокращая время выполнения операции.

Современных людей нельзя представить без большого количества гаджетов, которые значительно упрощают их жизнь. Причиной этому является их доступность и простота в использовании. За последние несколько лет большую популярность приобрели квадрокоптеры (дроны) – беспилотные летательные аппараты с четырьмя пропеллерами. В настоящий момент они являются важным объектом исследования и проведения испытаний. Мы задались вопросом, как можно использовать дроны в качестве обеспечения безопасности на охраняемых объектах.

Целью исследования являлось изучение особенностей строения дрона, а также выявление форм и способов его применения.

Для изучения поставленной задачи использовались интернет-источники.

В результате было установлено, что в настоящее время дрон является мобильным и многофункциональным устройством, который способен выполнить почти все поставленные перед ним задачи.

В ходе работы были сделаны следующие выводы: особые способности дронов обеспечивают его незаменимость и широкое применение в различных сферах жизнедеятельности человека.

Список использованных источников:

1. <https://www.vedomosti.ru>
2. <http://www.sflife.com>
3. <http://technocontrol.info>

ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА В СИСТЕМЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

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

Найдович К.А.

Ермакова Е.В. – к.э.н., доцент

Интернет-реклама становится ключевым фактором современной торговли. В современном мире эффективное управление предприятием, его успешная деятельность невозможна без должного уровня рекламы в продвижении товаров или услуг. Реклама является ведущим звеном маркетинговых коммуникаций. Основной целью рекламы является увеличение спроса на товар или услугу, повышение узнаваемости, повышение лояльности и улучшение имиджа, выделение среди товаров-аналогов, повышение конкурентоспособности.

В настоящее время компании могут использовать различные инструменты Интернет-маркетинга, такие как: SEO (Search Engine Optimization), SMM (Social Media Marketing), контекстная реклама, баннерная реклама, SMO (Social Media Optimization), реклама в социальных сетях.

Контекстная реклама – тип Интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в соответствии с содержанием, контекстом Интернет-страницы (лат. contextus – соединение, связь). Кон-

текстная реклама действует избирательно и отображается посетителям Интернет-страницы, сфера интересов которых потенциально совпадает с тематикой рекламируемого товара либо услуги, целевой аудитории, что повышает вероятность их отклика на рекламу[1].

На сегодняшний день контекстная реклама – это один из наиболее популярных и эффективных инструментов для стимулирования продаж и поиска новых клиентов.

Преимущества контекстной рекламы:

- точность попадания в целевую аудиторию(объявления увидят лишь те пользователи, которые действительно заинтересованы в покупке определённых товаров и услуг);
- универсальность (контекстная реклама позволяет распространять информацию практически о любых видах товаров и услуг);
- эффективность;
- точное отслеживание всех параметров;
- низкая стоимость контекстной рекламы.

Согласно данным сайта statcounter.com[2], который представляет собой инструмент для анализа веб-трафика, рейтинг поисковых ресурсов в Беларуси по состоянию на март 2018 выглядит следующим образом (рисунок 1):

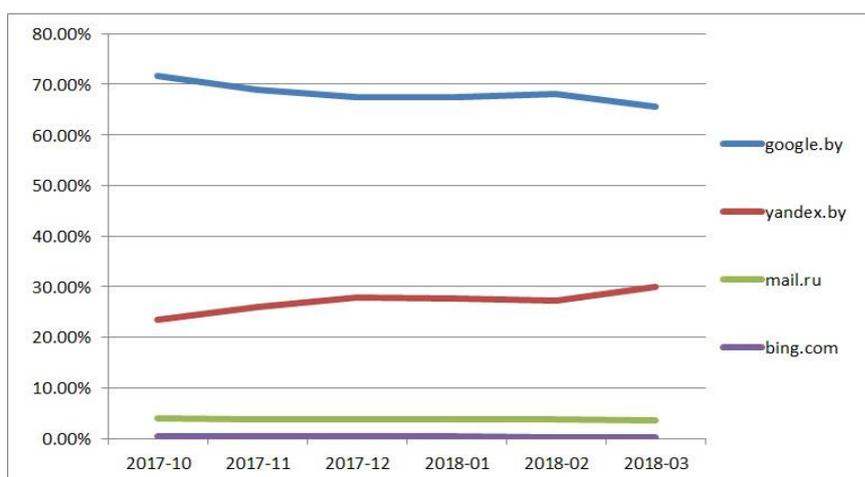


Рисунок 1 – Популярность поисковых систем в Беларуси

Из графика можно видеть, что самыми популярными поисковыми системами в Беларуси являются google.by с долей в 65.54% и yandex.by с долей в 29.92%. Строить рекламную кампанию следует именно на этих ресурсах. У каждой из этих компаний есть свой сервис для размещения контекстной рекламы: Google – Google Adwords, Яндекс – Яндекс.Директ.

Для понимания отчетов о проведенных рекламных кампаниях, а также их планирования, существуют такие параметры измерения рекламных стратегий как CPM, CPC и CTR-показатели[3].

CPM (Cost Per Mile) – это показатель в Интернет-рекламе, обозначающий цену за 1000 показов баннера или объявления.

CPC (Cost Per Click) – это стоимость каждого перехода по рекламному объявлению вместе с последующим переходом пользователя на сайт рекламодателя.

CTR (Click Through Rate) – это процентное соотношение от общего числа переходов пользователей по рекламным объявлениям, баннерам, тизерам или текстовым ссылкам, к числу их показов.

В настоящее время Интернет-реклама имеет широкое применение и распространение. Используя современные технологии можно с наименьшими затратами привлекать новых клиентов. Современный Интернет-маркетинг направлен на комплексное изучение целевой аудитории, что позволяет компаниям более эффективно проводить рекламные кампании и, соответственно, получать от своей деятельности большую прибыль.

Список использованных источников:

1. Контекстная реклама. [Электронный ресурс] / wikipedia.org, Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Контекстная_реклама – Дата доступа: 04.04.2018.

2. Search Engine Market Share Belarus. [Электронный ресурс] / statcounter.com, Режим доступа: <http://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/all/belarus>. – Дата доступа: 05.04.2018.

3. CPM, CTR и CPC-показатели в интернет-рекламе. [Электронный ресурс] / e-xecutive.ru, Режим доступа: https://www.e-xecutive.ru/wiki/index.php/CPM,_CTR_и_CPC-показатели_в_интернет-рекламе – Дата доступа: 06.04.2018.