

Затем портал начал внедряться повсеместно в организации, и обзавёлся дополнительным функционалом: были добавлены контактная информация о сотрудниках, произошла глубокая интеграция портала с другими сервисами компании и др.

Для определения надёжности системы было проведено тестирование всех программных модулей проекта.

Таким образом, был разработан внутренний адаптационный портал компании «ЭПАМ Системз». Находясь на сегодня уже в открытом доступе для сотрудников фирмы, портал функционирует в режиме бета-разработки.

Несмотря на небольшой срок существования портала, руководством было отмечено, что его внедрение положительно влияет на ряд организационных показателей. Среди них сокращение срока вхождения сотрудника в компанию, улучшение коммуникации между работниками, более полное понимание сотрудниками структуры организации.

Список использованных источников:

1. HR – портал [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://www.hr-portal.ru/article/organizaciya-sistemy-adaptacii-novyh-sotrudnikov>
2. Википедия – Свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Java>
3. Официальный сайт продукта [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://www.hibernator.org/>
4. Официальный сайт продукта [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://www.springsource.org/>

БЕЛОРУССКАЯ ИНДУСТРИЯ ВИДЕОИГР: НАСТОЯЩЕЕ И БУДУЩЕЕ

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

Ласый А. М., Коптев В. Н..

Майракова Г. П. – преподаватель

На сегодняшний день ИТ-сфера охватывает огромное количество областей. Не является исключением и индустрия развлечений. Существует огромное количество компаний, занимающихся производством игр, и среди них есть и белорусские.

Индустрия видеоигр начала развиваться давно, ещё в 70-х годах, и с тех пор неуклонно растёт. Возможность создания своих собственных миров и историй неизменно привлекает людей, и многие из них начинают писать свои первые программы именно в надежде на то, что со временем будут создавать собственные игры. Однако это тоже бизнес, и в нём далеко не всё так просто.

На сегодняшний день ведущим производителем игр в Беларуси является компания Wargaming.net. Наиболее известна компания своим проектом World of Tanks. Эта игра, посвящённая танковым батальонам, стала очень популярной не только в Беларуси, но и в большом количестве других стран (как СНГ, так и дальнего зарубежья), количество аккаунтов в марте этого года достигло 50 миллионов. Характерной особенностью Wargaming.net является то, что большинство игр, выпускаемых компанией, посвящены периоду Второй Мировой войны. Этой теме посвящены такие проекты, как Операция Багратион и Order of War. Обе игры являются стратегиями в реальном времени.

Для Wargaming.net характерно то, что их игры изначально были нацелены исключительно на одну платформу – PC. Это можно связать с тем, что в странах СНГ, где находится основное количество потребителей продуктов компании, консоли гораздо менее популярны, чем PC, во многом из-за того, что лицензионные версии игр на PC стоят значительно меньше, чем версии для консолей, цена на которые доходит до 60 евро. Кроме того, жанр стратегий, в котором работала компания, не является популярным среди консолей. Однако не так давно, в январе 2013 года Wargaming.net приобрела за примерно 20 миллионов долларов компанию Day 1 Studios, которая, сменив название на Wargaming West займётся разработкой проектов, ориентированных на консоли. Также были приобретены компании BigWorld Pty Ltd и Gas Powered Games. Кроме того, за 45 миллионов долларов был приобретён австралийский производитель игровых движков Big World. Таким образом, в настоящее время Wargaming.net активно растёт и развивается и имеет в своём штате около 1400 сотрудников, работающих в Минске, Киеве, Москве, Париже, Берлине и т. д.

Стоит отметить, что хотя Wargaming.net изначально занимался производством стратегических игр (в частности, Massive Assault), после успеха игры World of Tanks, жанр которой разработчик определил как MMO-экшен, компания решила продолжать в том же духе и в настоящее время занимается разработкой схожих игр - World of Warplanes, посвящённой авиации, и World of Warships, посвящённой морскому флоту. Сеттинг в обеих играх, как и в World of Tanks, связан со Второй Мировой войной. Таким образом, в настоящее время компания бросила все свои силы на развитие онлайн-рогетов.

Среди белорусских разработчиков игр следует выделить компанию Steel Monkeys, которая занимается разработкой игр для всех основных платформ – и Xbox 360, и PC, и PS3. Хотя эта компания была изначально создана в Великобритании в 1998 году, позднее её головной офис переехал в Беларусь, оставив в Британии лишь своё подразделение. В настоящее время компания находится не в лучшем состоянии, так как игра 2 Days to Vegas, которая, как ожидалось, должна была оказаться довольно популярной, так и не была выпущена, а один из последних крупных проектов – игра Post Apocalyptic Mayhem – получилась довольно неудачной.

Особняком стоит компания Eligame studio. Она занимается производством не столько самих игр, сколько графических и физических движков для них, а также различных 3D-моделей. Работки этой компании использовались для создания таких игр, как F.E.A.R. и Condemned: Criminal Origins.

Кроме того, существует довольно большое количество небольших студий, где работает буквально пара-тройка людей (например, Sva Games). Эти студии делают ставку на создание небольших, казуальных игр, а также браузерных игр. К сожалению, многие из них по различным причинам оказываются не в состоянии существовать продолжительное время.

На сегодняшний день ключевой фигурой на рынке игр в Беларуси бесспорно является Wargaming.net. Других компаний с сопоставимым штатом сотрудников, амбициозностью проектов просто нет. Время от времени в Беларуси появляются новые студии, однако на пути их роста и развития встаёт ряд серьёзных проблем: это и ненадёжность самого предприятия, так как для его развития нужно, чтобы первый же проект «выстрелил», что не является необходимым для компаний, занимающихся созданием прикладного ПО; и, как следствие, зарплата в этих компаниях ниже, чем в компаниях, создающих прикладное ПО. Это затрудняет привлечение в отрасль большого количества людей, которые при более благоприятных могли бы принести множество новых идей. Как итог – множество компаний оказываются неготовыми к подобным условиям и не выживают (например, Aliasworlds Entertainment, Aralon и т. д.), другие же добившись некоторого успеха, приобретаются более крупными компаниями (например Arise, приобретённая Wargaming.net).

Анализируя обстановку на рынке необходимо учитывать, что Wargaming охватывает лишь очень незначительное количество жанров и платформ, так что при организации компании для создания игровых проектов есть все шансы достичь успехов. Например, в Беларуси и вообще на территории СНГ трудно назвать компанию, которая бы на данный момент успешно занималась созданием игр жанра RPG. Однако данный жанр очень популярен, и при должном вложении сил и средств, а также хорошей проработке концепции всегда есть возможность вырваться вперёд. Как яркий пример можно привести польскую студию CD Project Red, которая выпустила свою первую игру в 2007 году. Это была RPG «Ведьмак», которая мгновенно стала международным хитом, разошедшись огромным тиражом, и собрала огромное количество наград в различных конкурсах и номинациях. Это позволило компании в кратчайшие сроки стать одним из видных игроков в отрасли и продолжить своё развитие. Помимо примера CD Project, вспоминается также успех турецкой компании TaleWorlds, которая прославилась благодаря первой же своей удачной игре Mount & Blade. Эти примеры убеждают прежде всего в том, что для успеха предприятия необходимо положить в основу некую грамотную концепцию, а свои продукты производить на основе некой идеи, которая позволит выделиться на фоне конкурентов.

МУЗЕЙ, КАК CONTENT-PROVIDER: IT В ВЫСТАВОЧНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

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

Астраускайце А.А.

Соколов Н.М. - кандидат экономических наук, доцент

В мире ежегодно проходит до десятка конференций по музейному маркетингу. Примерно половина из них посвящены исключительно вопросам интеграции IT в искусство. На остальных наибольшее внимание вызывают доклады, связанные с Интернет PR, социальными сетями и техническими новинками в музейной среде. Итогом последней из них, Communicating The Museum 2011, прошедшей в Дюссельдорфе, стало следующее заявление: *«В XXI веке музей больше не имеет права быть зданием с четырьмя стенами. Музей – это, прежде всего, источник информации, content-provider».*

Мобильные телефоны или средства мобильной коммуникации. Мобильный рынок сегодня – это 6 миллиардов пользователей, т.е. 86 % населения Земли. Мобильное покрытие доступно в регионах, где нет проводной связи, а иногда даже электричества. Их назначение в нашем мире – доступ к информации ежесекундно, откуда бы то ни было, даже в движении, не привязываясь к четырем стенам. Видим, что связь очевидна: музей тоже не хочет быть четырьмя стенами. Однако, отношения между музеями и