

способность национальной экономики и предложение комплексного подхода к решению проблемы конкурентоспособности в рамках мирового рынка.

Полученные результаты и выводы. Экономика страны должна быть конкурентной для того, чтобы она могла обеспечивать стране поступательное развитие. Эта идея является сегодня доминирующей в мировой политике и бизнесе, и от ее решения зависят многие ключевые вопросы развития государства, начиная от занятости и заканчивая дефицитом государственного бюджета. При этом опыт функционирования наиболее развитых экономик мира свидетельствует о том, что главную роль в конкурентоспособной национальной экономике играют развитая инфраструктура, технологический прогресс и постоянно совершенствующий свои навыки человеческий ресурс. Именно эти макроэкономические показатели позволяют странам занимать лидирующие позиции в рейтинге глобальной конкурентоспособности.

Практическое применение полученных результатов. Проведенные исследования позволяют сформировать практические рекомендации по применению разработанной системы ключевых показателей роста национальной конкурентоспособности Республики Беларусь.

ОБЗОР МЕТОДОВ АВТОМАТИЧЕСКОЙ АГРЕГАЦИИ НОВОСТНЫХ СООБЩЕНИЙ

БРЕЩУК Д. А. (студент 3 курса)

Проблематика. Данная работа направлена на исследование существующих систем сбора новостной информации.

Цель работы. Целью данной работы является анализ наиболее популярных источников новостной информации (News API, Bing News API, Google News API) для разработки автоматизированной системы агрегации новостных сообщений и анализа новостной информации.

Объект исследования. Методы автоматической агрегации новостных сообщений, в том числе используя интерфейсы прикладного программирования (API).

Использованные методики. Сравнительный метод.

Научная новизна. На основании проведенного анализа может быть спроектирована и реализована автоматизированная система агрегации новостных сообщений и анализа новостной информации, ориентированная на работу с одним или несколькими изученными сервисами, в зависимости от тематической направленности анализируемой информации.

Полученные результаты и выводы. Важной составляющей систем сбора новостной информации является наличие достоверных и актуальных источников. На данный момент нет единых реестров или баз данных, предоставляющих необходимые сведения, в связи с чем информацию приходится собирать из различных источников, которые, как правило, не предназначены для программного использования (например, веб сайты, сторонние системы). Широко распространенной

практикой является применение формата JSON (JavaScript Object Notation) для сохранения и обмена новостной информацией, а также использования API (application programming interface) новостных источников, благодаря которому сторонние разработчики могут получить к ним доступ. Проведенный анализ показал, что разработка автоматизированной системы агрегации новостных сообщений и анализа новостной информации требует достаточно наукоемких решений и может обеспечивать высокое качество информационных услуг при относительно небольших финансовых и временных затратах в случае использования доступных наработок в этой сфере.

Практическое применение полученных результатов. Разработка собственной системы автоматической агрегации новостных сообщений, а также применение в учебном процессе для демонстрации различий между методами.

SMM КАК ИНСТРУМЕНТ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

БУКАЧ А. А. (студентка 4 курса)

Проблематика. Рынок социальных сетей является индикатором развития интернет-бизнеса. Ведение различными компаниями своего бизнеса в Интернете, с использованием социальных сетей, находит отражение в общей конъюнктуре рынка товаров и услуг. Высокая доходность при низких вложениях привлекает предприятия вести собственные социальные аккаунты. В условиях высокой конкуренции использование таких инструментов для продвижения, как SMM, играет существенную роль, что подтверждает необходимость исследования данных инструментов.

Цель работы. Проанализировать и дать оценку эффективности использования SMM-инструментов в Instagram для продвижения бизнеса и выработать рекомендации по их использованию.

Объект исследования. SMM как инструмент продвижения предприятий в социальных сетях.

Использованные методики. Опросные методики, контент-анализ, экономико-статистический анализ, наблюдение.

Научная новизна. На основе анализа возможностей исследуемого бренда был проведен SWOT-анализ. С помощью приведенной статистики был выведен результат эффективности ведения и продвижения аккаунта в социальной сети посредством SMM.

Полученные научные результаты и выводы. На основании исходных данных и результатов анализа возможностей SMM в Instagram разработаны рекомендации по продвижению бизнеса.

Практическое применение полученных результатов. Результаты позволяют построить собственный бренд в сети Instagram с нуля, за счет созданного алгоритма продвижения.