

метрических объемов методами начертательной геометрии в графическом пакете AutoCAD даёт преимущества в скорости и качестве выполнения чертежей.

Полученные научные результаты и выводы. В процессе выполнения данной работы были изучены и проанализированы методы построения фотореалистичной визуализации геометрических объемов в графическом редакторе AutoCAD. Применение графического редактора AutoCAD при выполнении графических работ с элементами аксонометрии – это возможность быстро, эффективно и с достаточной точностью выполнять чертежи на базе трёхмерного моделирования.

Практическое применение полученных результатов. Применение графического редактора AutoCAD при изучении графических работ (построение фотореалистичной визуализации геометрических объемов) имеет ряд преимуществ, т. к. дает возможность получить полное представление о форме, размерах различных геометрических объемов. Важным моментом является широкое внедрение AutoCAD в учебный процесс, что позволяет минимизировать временные затраты на адаптацию будущих специалистов в условиях реального производства.

INSTAGRAM BLOGGING КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ МОДНЫХ БРЕНДОВ

Э. М. СОНОВА, А. В. МЕЛЬНИК (студентки 3 курса)

Проблематика. Данная работа направлена на исследование проблем продвижения белорусских брендов в сети Instagram.

Цель работы. Исследовать аккаунты белорусских брендов, на примере брендов одежды, в сети Instagram, выявить проблемы их аккаунтов в Instagram и предложить способ для продвижения данных профилей.

Объект исследования. В ходе данной работы были исследованы белорусские бренды, их аккаунты в Instagram и восприятие их потребителями.

Использованные методики. Аналитический метод, анкетирование.

Научная новизна. В ходе работы был рассмотрен рынок белорусских брендов одежды, а также собрана информация по основным способам продвижения в Instagram, и в результате данного исследования был разработан алгоритм (программа), следуя которому, любой бренд сможет продвинуть свой профиль в Instagram.

Полученные результаты и выводы. В данной работе проведено исследование способов продвижения модных брендов в Instagram. В ней разработана программа для продвижения модных брендов в Instagram, которая подходит как для различных модных брендов, так и для личных брендов. А в данной работе программа разрабатывалась на примере бренда одежды.

В результате был сделан вывод о том, что модный рынок в Беларуси только развивается. Многие бренды приходят на одну из крупнейших коммерческих площадок – Instagram, однако допускают множество ошибок при продвижении или просто не до конца используют все возможности Instagram для своего бизнеса.

Но если грамотно работать в этой сети, то успех будет обеспечен, даже несмотря на переполненность рынка. Ведь люди в Instagram всегда открыты для чего-то нового, и каждый может найти свою аудиторию. Самое главное – быть честными со своей аудиторией и действовать открыто, следовать важным правилам контента, не забывать проводить маркетинговые кампании и правильно использовать способы для продвижения в Instagram.

Практическое применение полученных результатов. Разработанная программа продвижения в Instagram может быть использована не только для брендов одежды, но и для любого бренда, даже личного.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОВЫШЕНИЯ ЦЕННОСТИ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ

Я. И. СТАШКЕВИЧ (магистрант)

Проблематика. Данная работа направлена на исследование проблем рынков сбыта предприятий различных форм собственности с целью повышения эффективности их функционирования, создания дополнительного дохода и увеличения рентабельности.

Цель работы. Разработка методических подходов, повышающих вероятность получения предприятием максимальной клиентской ценности в течение жизненного цикла потребителя.

Объект исследования. Клиентская база предприятия любой формы собственности.

Использованные методики. Методы эмпирического исследования (сравнение, измерение), методы теоретического исследования (абстрагирование, анализ и синтез, индукция и дедукция), специальные методы (динамический, структурно-динамический, коэффициентный, факторный, а также экономико-математический).

Научная новизна. Разработан научно обоснованный и применимый на практике методический подход к оценке параметров клиентской базы, направленный на удержание долгосрочных клиентов предприятия.

Полученные результаты и выводы. Моделирование клиентского поведения позволяет не только повысить лояльность долгосрочных клиентов через своевременное и актуальное предложение клиенту, которое будет принято с высокой вероятностью, но и на основе ретроспективных данных сегментов, сформировать предложение клиенту, совершившему единственную покупку, тем самым увеличив шансы на совершение второй транзакции. Кроме того, моделирование даёт возможность бизнесу строить стратегические планы на основе прогнозируемой ценности от клиентов через некоторый промежуток времени, что также дает время научно и с большой точностью, а также в нужном направлении построить дальнейший путь развития предприятия.

Практическое применение полученных результатов. Разработанная методика может применяться в учебном процессе для совершенствования профессиональных навыков и умений будущих специалистов, а также в работе предприятий различных форм собственности для повышения эффективности их деятельности.