

В энергетике внедрение ГИС также оказывает существенное влияние. Внедрение геоинформационных систем позволяет энергетическим компаниям эффективно организовывать такие внутренние процессы, как:

1. Управление. Геоинформационные системы позволяют энергетическим компаниям заниматься вопросами земельного управления, охраны природных ресурсов, маркшейдерии и управления объектами различного типа.

2. Сбыт. Использование ГИС помогает сократить расходы, улучшить качество обслуживания и координацию проектов по строительству и реконструкции энергетических объектов, что способствует эффективной поставке электроэнергии потребителям.

3. Контроль транспортировки. ГИС представляют собой эффективное средство для мониторинга потерь электроэнергии, оперативного реагирования на аварии, выявления незаконных подключений к энергетическим ресурсам и контроля за вышедшим из строя оборудованием.

Эффективное использование ГИС в энергетической отрасли позволяет значительно оптимизировать управление ресурсами, улучшить оперативность реагирования на возможные проблемы и повысить общий уровень сервиса для потребителей электроэнергии [3].

Интеграция ГИС в различные отрасли, включая горную промышленность и энергетику, приводит к существенному улучшению операционной эффективности и повышению конкурентоспособности предприятий. Они помогают управлять ресурсами более эффективно, улучшая планирование и оптимизируя процессы. Применение ГИС в решении логистических задач также имеет большой потенциал, позволяя проводить пространственный анализ и оптимизировать маршруты доставки и управление складскими запасами.

Таким образом, геоинформационные системы становятся неотъемлемой частью современного промышленного управления, обеспечивая компаниям необходимые инструменты для принятия обоснованных стратегических решений и повышения эффективности производственных процессов.

Список литературы

1. Анциферов, А.В. Географические информационные системы (ГИС) в автоматизации технологических процессов в горной промышленности / А.В. Анциферов, А. А. Глухов, Омельченко А. А. // Горный информационно-аналитический бюллетень (научно-технический журнал). 2001. № 3. С. 1–3.

2. Гараджаева, Дж.Я. Использование геоинформационных систем при решении логистических задач / Дж.Я. Гараджаева, С.Н. Назарова // Символ науки. 2023. № 11-1-1. С. 26–28.

3. ГИС в энергетике [Электронный ресурс]. URL: <https://nextgis.ru/gis-potraslyam/gis-v-ehnergetike/> (дата обращения: 20.04.2024).

УДК 001.89

Назарук Анна Вячеславовна,

студент, Брестский государственный технический университет,

Брест, Беларусь

САЙТ В СИСТЕМЕ ИНСТРУМЕНТОВ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА НАУЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Аннотация. В каждом университете проводятся различные научные мероприятия (конференции, семинары, форумы). На сегодняшний день многие имеют недостаточное информационное сопровождение. Используются устаревшие способы распространения

информации о научных мероприятиях и их продвижения. Заинтересованные лица вынуждены тратить большое количество времени для изучения сведений о научных мероприятиях. На сегодняшний день актуально использование инструментов интернет-маркетинга для информационного сопровождения и продвижения научных мероприятий. В статье рассмотрены инструменты интернет-маркетинга: сайт-лендинг, e-mail рассылка потенциальным участникам, анонсирование мероприятия на веб-сайте, в новостном портале и социальных сетях вуза-организатора и других учреждениях высшего образования, публикация информации о научном мероприятии на специализированных сайтах-каталогах и в Telegram-каналах, публикация сборников научного мероприятия в репозитории вуза, внесение материалов в РИНЦ, интеграция научного мероприятия в научные социальные сети. Данные инструменты могут быть использованы для организации и продвижения конференций, семинаров и форумов, проводимых в вузах. Автором разработан шаблон веб-сайта научных мероприятий. Основная задача сайта – собрать лиды – целевые действия, то есть заполнить заявку участника или партнера. Разработанный на основе предложенного автором шаблона сайт-лендинг позволит заинтересованным лицам быстро находить нужную информацию о научном мероприятии, принимать решение об участии. Рассмотренные в статье инструменты интернет-маркетинга научных мероприятий являются эффективными и обладают потенциалом для решения задач организации и продвижения конференций, семинаров и форумов, проводимых вузами, могут быть использованы учреждениями высшего образования для повышения статуса и популяризации научных мероприятий.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, сайт, лендинг, научные мероприятия, конференция, семинар, форум

Nazaruk Anna V.,
Student, Brest State Technical University,
Brest, Belarus

INTERNET-MARKETING OF SCIENTIFIC EVENTS

Abstract. Various scientific events (conferences, seminars, forums) are held at each university. To date, they have insufficient information support. Outdated ways of disseminating information about scientific events and promoting them are being used. Interested parties have to spend a lot of time studying information about scientific events. Today, it is important to use Internet marketing tools for information support and promotion of scientific events. The article discusses Internet marketing tools: website landing, e-mail mailing to potential participants, announcement of the event on the website, in the news portal and social networks of the organizing university and other institutions of higher education, publication of information about the scientific event on specialized catalog-sites and Telegram-channels, publication of collections of scientific events in the repository of the university, the introduction of materials into the RSCI, the integration of scientific events into scientific social networks. These tools can be used to organize and promote conferences, seminars and forums held at universities. The author has developed a website template for scientific events. The main task of the site is to collect leads – targeted actions, that is, fill out an application from a participant or partner. Developed on the basis of the template proposed by the author, the landing site will allow interested parties to quickly find the necessary information about the scientific event and make a decision about participation. The tools of Internet marketing of scientific events considered in the article are effective and have the potential to solve the problems of organizing and promoting conferences, seminars and forums held by universities, and can be used by institutions of higher education to enhance the status and popularization of scientific events.

Keywords: internet marketing, website, landing page, scientific events, conference, seminar, forum

Интернет является неотъемлемой частью жизни современного человека. Это обусловило актуальность использования аспектов традиционного маркетинга в сети Интернет. Инструменты интернет-маркетинга используются, в том числе и для продвижения научных мероприятий.

Для организации и информационного сопровождения конференций, семинаров и форумов могут быть использованы инструменты интернет-маркетинга, представленные на рис. 1.



Рис. 1. Инструменты интернет-маркетинга научных мероприятий

Источник: собственная разработка автора на основе [1].

Комплексное использование данных инструментов интернет-маркетинга упростит процесс организации научных мероприятий, будет способствовать их продвижению.

Одним из наиболее эффективных инструментов интернет-маркетинга научных мероприятий является *веб-сайт*.

Разработка сайта научного мероприятия позволяет:

- 1) сформировать и улучшить имидж мероприятия;
- 2) сформировать круг постоянных участников;
- 3) привлечь наиболее известных ученых и представителей реального сектора экономики;
- 4) увеличить цитируемость публикаций;
- 5) развить нетворкинг;
- 6) окупить затраты на организацию мероприятия и получить прибыль;
- 7) сформировать имидж университета как площадки интересных научных мероприятий.

Для привлечения потенциальных участников научных мероприятий организационные комитеты осуществляют рассылку информационных писем ученым, аспирантам и студентам по электронной почте. Также информация о планируемых конференциях, семинарах и форумах может публиковаться в новостных порталах университетов. Использование данных методов распространения информации о научных мероприятиях неэффективно, так как письма могут попадать в спам или игнорироваться получателями, а информация, размещенная на сайте университета, останется вне внимания потенциальных участников из других учреждений образования.

Для участия в научных мероприятиях участникам необходимо заполнять заявки в документах Microsoft Word и отправлять их на почту организаторов, что очень неудобно. Данные методы организации и продвижения научных мероприятий устарели, являются неактуальными на сегодняшний день. Продвижению мероприятия будет способствовать создание сайта, который предоставит потенциальным участникам всю необходимую информацию, мотивирует на участие.

Автором был разработан *шаблон сайта для научных конференций*. Целевой аудиторией сайта являются участники конференции и спонсоры.

На главной странице расположена вся необходимая информация о научном мероприятии для потенциальных участников, заявка для принятия участия. На отдельной странице сайта размещена информация для спонсоров, форма обратной связи для желающих стать спонсором мероприятия.

Сайт сформирован как *сайт-лендинг*. Основная задача – собрать лиды – целевые действия, то есть заполнить заявку участника или партнера. Структура сайта простая, позволяет достаточно быстро найти нужную информацию, принять решение. Шаблон главной страницы сайта представлен на рис. 2.

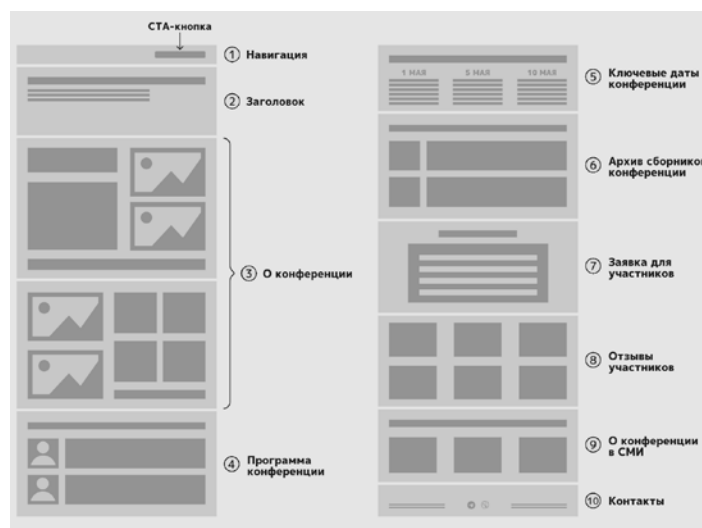


Рис. 2. Шаблон главной страницы сайта

В секции «Навигация» могут размещаться ссылки для перехода на отдельные секции сайта и СТА-кнопка, переносящая пользователей на заявку для участников. Она резко контрастирует с фоном шапки сайта, привлекает внимание пользователей.

Ознакомиться с основной информацией о конференции заинтересованные лица могут в секциях «О конференции». Здесь могут быть указаны цели конференции, ее проблемное поле, секции и др. Также в этом блоке целесообразно разместить кнопку, нажав на которую пользователи смогут скачать файл с правилами оформления статей.

В следующей секции за несколько дней до мероприятия будет опубликовываться *программа конференции*, где будут указаны авторы, темы их докладов и аннотации к ним. Это позволит участникам ознакомиться с исследованиями, найти единомышленников, увеличит цитируемость статей.

Также на сайте пользователи смогут ознакомиться с *ключевыми датами* конференции.

В секции «Архив» в хронологическом порядке размещены все сборники конференции. Здесь для каждого сборника может быть указана ссылка на репозиторий вуза, что увеличит его рейтинг. Пользователям можно предоставить возможность скачивания сборников и просмотра участников конференции.

В следующей секции размещается *заявка для участников*. Это избавляет от необходимости отправки статей на почту организаторов конференции. Таким образом, процесс отправки заявки и статьи становится удобным для участников конференции и занимает минимальное количество времени. А у организаторов будут автоматически формироваться списки участников и другая аналитика.

В отдельной секции находятся *отзывы о конференции*, которые могут убедить посетителей сайта принять участие в конференции. Кроме того, размещение отзывов на сай-

те способствует улучшению SEO и видимости сайта, увеличению конверсии, вовлечению и повышению лояльности пользователей [2].

В конце страницы находится секция с упоминаниями конференции в СМИ. Пользователи могут перейти на любую из публикаций, нажав на соответствующую кнопку, и оценить ранее проводимые мероприятия.

В «подвале» сайта размещаются контактные данные, адрес университета и иконки с ссылками на социальные сети.

На отдельной странице сайта, на которую можно будет перейти из главного меню, может размещаться информация для спонсоров (рис. 3).



Рис. 3. Шаблон страницы для спонсоров мероприятия

На странице могут быть описаны преимущества партнерства и возможности для спонсоров. Стать спонсором конференции можно, заполнив заявку на данной странице. Справа в шапке сайта на данной странице размещается СТА – кнопка, переносящая пользователей в блок с заявкой для спонсоров.

Разработанный шаблон универсален, на его основе могут быть разработаны сайты различных научных мероприятий вузов.

Рассмотренные в статье инструменты интернет-маркетинга научных мероприятий являются эффективными и обладают потенциалом для решения задач организации и продвижения конференций, семинаров и форумов, проводимых вузами.

Сайт научного мероприятия, разработанный на основе предложенного автором шаблона, позволит ученым, аспирантам, студентам, спонсорам и другим заинтересованным лицам ознакомиться с актуальной информацией о конференции, семинаре или форуме, будет способствовать расширению масштаба, улучшению имиджа научного мероприятия, привлечению участников из различных регионов и стран. Кроме того, сайт упростит процесс организации научного мероприятия, так как на данном веб-ресурсе можно будет размещать все необходимые сведения о нем, а участники будут иметь возможность заполнять заявки непосредственно на сайте. Использование инструментов интернет-маркетинга для организации и продвижения научных мероприятий может улучшить имидж и репутацию учреждений высшего образования, популяризировать конференции, семинары и форумы, проводимые в университетах, а значит будет способствовать продвижению университетов в различных рейтингах, привлечет иностранных студентов, укрепит связи с реальным сектором экономики.

Список литературы

1. Тронин, В.Г. Современные возможности представления научных мероприятий в электронных ресурсах / В.Г. Тронин // Электронное обучение в непрерывном образовании. 2016. № 1(3). С. 400–407.

2. Назарук А.В. Организационные аспекты работы с отзывами в интернет-пространстве / А.В. Назарук // Актуальные вопросы научных исследований: сборник статей XII Международной научно-практической конференции. Саратов: НОП «Цифровая наука». 2023. С. 70–74.

УДК 336

Наумова Ольга Николаевна,

канд. экон. наук, доцент,

Санкт-Петербургский политехнический университет

имени Петра Великого,

Санкт-Петербург, Россия

Окорокова Валерия Денисовна,

студент, Санкт-Петербургский политехнический университет

имени Петра Великого,

Санкт-Петербург, Россия

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА НА ОТРАСЛИ ЭКОНОМИКИ В РФ: ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Аннотация. Современный мир находится в постоянном состоянии трансформации, где новейшие технологии играют решающую роль в различных сферах жизни. Цифровая экономика способствует повышению производительности труда, улучшению конкурентоспособности компаний, развитию новых видов бизнеса, созданию новых рабочих мест и обеспечению устойчивого экономического роста страны. В статье определена степень вовлеченности Российской Федерации в развитие технологий искусственного интеллекта путем определения национальных стратегий. Также рассмотрено влияние искусственного интеллекта на экономику РФ в долгосрочной перспективе. Поскольку технологии искусственного интеллекта не останавливаются в развитии, выделены основные тенденции, такие как демократизация ИИ, ускорение развития ИИ, развитие отраслевых моделей для отдельных отраслей – юриспруденции, тяжелой промышленности, медицины, психотерапии. Также можно отметить тенденцию в трансформации рынка труда, так как с увеличением использования искусственного интеллекта в отраслях экономики возрастает спрос на специалистов, обладающих знаниями и навыками в этой области, тогда работники могут столкнуться с необходимостью переквалификации и обучения для адаптации к новым условиям. Цифровая экономика имеет большое значение для развития инновационных технологий и создания новых возможностей для различных отраслей экономики. В работе проанализированы отрасли экономики России, такие как здравоохранение, сельское хозяйство, транспорт, промышленность и строительство, которые являются приоритетными для внедрения искусственного интеллекта (ИИ). Несмотря на то, что уже сегодня многие сферы экономики активно взаимодействуют с передовыми технологиями, ускоряя процессы принятия решений и повышая эффективность работы, есть и ряд проблем и барьеров в развитии ИИ.