

**Практическое применение полученных результатов.** Разработанная блок-схема алгоритма поиска источников финансирования может применяться в начинающих стартап-проектах, которые не осведомлены об алгоритме поиска источника финансирования стартапа в Республике Беларусь.

## МЕТОДЫ ВЫЯВЛЕНИЯ МОШЕННИЧЕСКИХ ДЕЙСТВИЙ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ АУДИТОРСКИХ ПРОВЕРОК

*А. С. КУЧУР (студент 3 курса)*

**Проблематика.** Данная работа направлена на исследование методов выявления мошеннических действий при проведении аудиторских проверок. Аудиторы, используя свои знания, опыт, следуя различным инструкциям, стандартам, а также применяя определенные методы, способствуют выявлению признаков мошенничества, их подтверждению и возможному обнаружению виновных лиц, чем защищают интересы собственников бизнеса.

**Цель работы.** Выявить наиболее действенные методы обнаружения мошенничества при проведении аудита, разработать систему индикаторов выявления мошеннических действий в ходе аудиторской проверки.

**Объект исследования.** Классификация мошеннических действий, методы выявления мошеннических действий при проведении аудиторских проверок.

**Использованные методики.** Проведение данного исследования предполагает использование общенаучных и специальных методов познания, таких как наблюдение, системный метод, методы анализа и синтеза, сравнительного, структурного, графического и статистического анализа.

**Научная новизна.** На основании анализа и систематизации действующих методов выявления мошеннических действий разработана система индикаторов выявления мошеннических действий при проведении аудита.

**Полученные результаты и выводы.** В эпоху развития цифровизации экономики, появления новых возможностей, продуктов риск появления мошенничества растет прямо пропорционально новым методам, которые становятся все более эффективными, простыми в использовании и затрачивают намного меньше времени. Однако риск в получении убытков все равно остается, пускай и минимизируется в разы, благодаря работе опытных аудиторов и правильно подобранной методике обнаружения злоумышленников.

**Практическое применение полученных результатов.** Данные методы способствуют обнаружению мошенничества и позволяют снизить риск дальнейшего получения ущерба. Их можно применять как отдельно, так и комплексно.

## ИВЕНТ-МЕРОПРИЯТИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДОВ

*А. С. ЛЕВИНА (студентка 4 курса)*

**Проблематика.** Данная работа нацелена на изучение ивент-мероприятий, основных их видов и тенденций развития. Окружающая реальность меняется каждый день, конкуренты предлагают новые нестандартные решения, и потен-

циальный потребитель становится все более изощренным в зависимости от прямой рекламы и перестает реагировать на нее. Тогда и создается новая маркетинговая стратегия, основной частью которой является ориентация на клиента.

**Цель работы.** Изучить теоретические аспекты ивент-маркетинга, тенденции и прогнозы развития на 2020 год и примеры применения.

**Объект исследований.** Ивент-мероприятия, теоретические аспекты, тенденции и прогнозы развития, примеры применения в городе Бресте.

**Использованные методики.** Аналитический метод, проективный метод.

**Научная новизна.** На основе анализа методов ивент-маркетинга выявлены основные виды ивент-мероприятий, их преимущества и препятствия на белорусском рекламном рынке.

**Полученные результаты и выводы.** *Ивент-маркетинг* (или маркетинг событий) – это стратегия промоции, которая предусматривает личностные контакты между компаниями и их клиентами на специальных мероприятиях, таких как концерты, ярмарки и спортивные мероприятия.

Ивент-мероприятия подразделяют на:

- мероприятия, являющиеся развлекательными;
- мероприятия, рассматриваемые как частные;
- мероприятия, рассматриваемые как деловые.

Если событие организовано правильно, целевая аудитория будет сопоставлена с соответствующим событием, то эффект не заставит себя долго ждать. С грамотно проведенным мероприятием вы можете не только повысить узнаваемость бренда более чем на 30%, но и внушить лояльность к нему.

На белорусском рекламном рынке ивент-маркетинг сталкивается с препятствиями и проблемами, основными из которых являются:

- недостаток рабочей силы в области организации мероприятий;
- новые решения в области видео- и аудиоподдержки, компьютерных и телекоммуникационных ресурсов;

– участники рынка сегодня не воспринимают ивент-маркетинг как один из самых эффективных инструментов современного маркетинга.

**Практическое применение полученных результатов.** Производители товаров и услуг могут использовать предложенные методы ивент-маркетинга для продвижения своего товара и более эффективного воздействия на потребителя посредством эмоций и чувств. Также результаты исследования могут быть использованы в учебном процессе для повышения наглядности преподавания дисциплины «Маркетинговые коммуникации».

## **ПРОГРАММИРОВАНИЕ В СИСТЕМЕ АВТОМАТИЗИРОВАННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ AUTOCAD**

*А. А. ЛЕВЧУК (студент 1 курса)*

**Проблематика.** Современные IT-технологии предлагают нам уникальные возможности для оптимизации и автоматизации процесса проектирования. Системы автоматизированного проектирования (САПР) имеют возможности создания специальных программных приложений и параметрических моделей,