

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,

значительно упрощающих инженерную практику. Обладает такой возможностью и AutoCAD. В связи с чем исследования в этой области, обобщение имеющихся в литературе данных, разработка собственных программных приложений несомненно являются значимыми и актуальными.

Цель работы. Изучить основные возможностей САПР AutoCAD по созданию программных приложений и параметрических объектов.

Объект исследования. Программные приложения в AutoCAD.

Использованные методики. Метод компьютерного моделирования и программирования.

Научная новизна. Рассмотрены основные возможности САПР AutoCAD по созданию программных приложений на примере различных 2D и 3D параметрических моделей.

Полученные научные результаты и выводы. Программирование в AutoCAD, являясь достаточно сложной задачей, ориентированной на продвинутых пользователей, вместе с тем позволяет в значительной степени повысить эффективность работы в САПР путем программирования чертежей с параметризацией, анализа и автоматического преобразования изображений, создания графических баз данных.

В представленной работе:

1. Рассмотрены основные возможности технологии ActiveX Automation, реализующей принципы объектно-ориентированного программирования в САПР AutoCAD.

2. Рассмотрен алгоритм создания приложения AutoLisp в интегрированной среде разработки приложений Visual Lisp на примере созданных различных 2D и 3D параметрических моделей.

Практическое применение полученных результатов. Обзор основных возможностей САПР AutoCAD по созданию программных приложений, а также разработанные 2D и 3D параметрические модели могут широко применяться в процессе компьютерной графической подготовки студентов, в работе над курсовыми и дипломными проектами, а также в инженерной практике.

ГЕНЕРАЦИЯ ШУМА ВОЗДУХОРАСПРЕДЕЛИТЕЛЯМИ. СРАВНЕНИЕ АКУСТИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК ВОЗДУХОРАСПРЕДЕЛИТЕЛЕЙ

Е. В. ЛЕМЕШЕВСКИЙ (студент 4 курса)

Проблематика. Данная работа направлена на детальное изучение проблем практического применения различных воздухораспределителей.

Цель работы. Изучить акустические характеристики и провести акустический анализ воздухораспределителей 2ВГК «Генератор комфорта» и 2АПН.

Объект исследования. Воздухораспределители 2ВГК «Генератор комфорта» и 2АПН.

Использованные методы. Аналитический метод, нормативный метод, систематический метод, систематизация данных.