

Полученные научные результаты и выводы. Роботизированные системы облегчают работу складского комплекса, повышают его эффективность, но требуют больших складских мощностей для внедрения, а также больших финансовых вложений. Прогнозируется, что в скором времени роботы отнимут часть рабочих мест в некоторых сферах деятельности, но при этом будут востребованы кадры в сфере торговли, творческой и иной деятельности, где необходим контакт с людьми.

Практическое применение полученных результатов. Можно использовать крупными логистическими компаниями и в учебном процессе при преподавании логистических дисциплин.

ТЕХНИКА МЕДИА НА БАЗЕ ARDUINO

А. О. ПРИВАЛОВ (СТУДЕНТА КУРСА)

Проблематика. В современном мире происходит большое количество различных событий. Что требует не только оперативной реакции на различные события, но и правильное их освещение. Поэтому возникла необходимость универсальной системы, которая сможет правильно осветить мероприятие. Данная система должна иметь гибкую структуру, широкий функционал и иметь различные вариации реализации, как стационарные, так и мобильные.

Цель работы. Решением проблемы освещения мероприятий стало создание системы многокамерной съёмки. Данная система позволяет принимать видеопоток с различных источников, таких как камеры, персональные компьютеры и др., и производить управления данными видеопотоками, формируя единый поток, который впоследствии и будет смотреть зритель. Система многокамерной съёмки имеет гибкую структуру, которая зависит от целевых параметров.

Объект исследования. Системообразующим элементом ПТС (передвижной телевизионной станции) является видеомикшер. Видеомикшер — устройство, используемое для выбора между несколькими различными источниками видеопотока и некоторых случаях для комбинирования (смешивания, микширования) видеоисточников и добавления к ним спецэффектов. Данный прибор также может иметь множество другого функционала, который зависит от производителя.

Использованные методики. В состав простейшего режиссёрского пульта входят два блока: блок индикации и клавиатуры, при помощи которого режиссёр управляет режиссёрским пультом, а также может изменять различные параметры режиссёрского пульта, такие как количество каналов видеопотока, назначение клавиш и др.

Научная новизна. Предложено устройство, обеспечивающее управление видеомикшеру интерфейс с промышленными устройствами (видеомикшером компании Blackmagic Design) на базе платформы Arduino и библиотеки «АТЕМ» Каспера Скарходжа.

Полученные научные результаты и выводы. Режиссёрский пульт для многокамерной съёмки имеет смысл создавать самому, так как при таком подходе можно создать узкоспециализированный прибор, который будет отвечать

всем требованиям и пожеланиям именно вашей ПТС. Данная практика применяется на сегодняшний день только для видеомикшеров от компании Blackmagic Design, а продукция данной компании является одной из самых дешёвых и надёжных на медиарынке.

Практическое применение полученных результатов. Имеется следующий функционал: сканирование модели видеомикшера; задание IP видеомикшера для связи с ним; сканирование состояние видеомикшера; задействованные дополнительные функции; настройка самого видеомикшера (корректная подсветка, блокировка вредных воздействий); изменение состояния видеомикшера; параметры каналов, видеопотоков, форматов выходного видеопотока, управление каналами program и preview, настройка входящего аудиосигнала; удалённая цветокоррекция камер.

АРОМАМАРКЕТИНГ – ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЗАПАХОВ В БИЗНЕСЕ

Е. В. ПРОСКУРА (СТУДЕНТКА 3 КУРСА)

Проблематика. Данная работа направлена на исследование такого относительно нового направления, как аромамаркетинг. В работе рассмотрены способы его применения, особенности в зависимости от сферы бизнеса и направления развития.

Цель работы. Выявить, каким образом запахи влияют на потребителей и как они заставляют совершать покупки.

Объект исследования. Аромамаркетинг.

Использованные методики. Аналитический метод, описательный метод, наблюдение.

Научная новизна. На основе анализа литературных источников даны определения таким понятиям, как аромамаркетинг и аромабрендинг. Выявлена специфика применения запахов в различных сферах бизнеса. Определены основные тенденции развития направления аромабрендинга.

Полученные результаты и выводы. Проведено мини-исследование среди студентов университета с целью выявления их мнения по поводу ароматизации аудиторий. Из 100% опрошенных студентов 18% не видят смысла в ароматизации и считают это пустой тратой средств, 12% затрудняются ответить на поставленный вопрос, тогда как остальные 70% опрошиваемых считают эту идею интересной. Основные запахи, которые могли бы иметь место быть, это: запах лимона и мяты, запахи эвкалипта, шалфея, цитрусовые ароматы. По результатам опроса определен возможный брендированный запах УО БрГТУ, он мог бы состоять из следующих композиционных решений: лимон, кофе, сандал, морской аромат и свежескошенная трава. Запахи воздействуют на потребителей на подсознательном уровне и активизируют мозг. Умелые продавцы с помощью ароматов могут манипулировать покупателями и, тем самым, повышать свою прибыль, снижая барьеры перед потреблением.

Практическое применение полученных результатов. Данное исследование может использоваться в учебном процессе в рамках преподавания дисциплины «Маркетинговые коммуникации». Рекомендации по одорированию помещений могут быть использованы объектами торговли.