

³ Инженерная 3D -компьютерная графика: учебник и практикум для академического бакалавриата / Под ред. А. Л. Хейфеца. 3-е изд., перераб. и доп. М. : Изд-во Юрайт, 2015. 602 с. [Электрон. текстовые данные] // ЭБС Юрайт [сайт]. Режим доступа: URL: <https://bibliotonline.ru/bcode/383807> [дата обращения: 07.10.2019].

CONTINUITY AND IMPORTANCE OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN EDUCATION IN THE FORMATION OF ENGINEERING COMPETENCIES AT THE UNIVERSITY

© 2019 Baykin Maxim Alexandrovich
Student

© 2019 Medvedeva Irina Lvovna
Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor
Omsk State Transport University
E-mail: mil2010@list.ru

Keywords: engineering graphics, computer modeling, graphic training of engineers at the University, formation of engineering competencies.

The article discusses the importance of the basics of technical drawing both in professional engineering activities and in everyday life; the importance of learning graphic language as a recognized international language of communication. The necessity of increasing attention to the teaching of technical drawing and engineering graphics both in secondary and higher schools based on modern technical means of education, including automatic design systems.

УДК 004
Код РИНЦ 20.00.00

СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ БИЗНЕСА В ИНТЕРНЕТЕ

© 2019 Берсагурова Динара Султанбековна*
студент

© 2019 Ишмуратова Регина Андреевна*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: bersagurova2805@gmail.com

Ключевые слова: Интернет-маркетинг, сайт, Интернет-торговля, бизнес, Интернет-магазин, социальная сеть, контекстная реклама, видеореклама, компания.

* Научный руководитель - **Погорелова Елена Вадимовна**, доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой цифровых технологий и решений.

Статья посвящена эффективным способам продвижения бизнеса в Интернете, которые помогают компаниям выйти на новый уровень и быть достойными конкурентами. Авторы рассматривают данные способы в совокупности, дают их общую оценку, а также описывают их воздействие на потенциальных потребителей.

Компаниям, которые хотят постоянно оставаться конкурентоспособными и быть одними из лучших в своей отрасли в условиях современного рынка, необходимо идти в ногу со временем в целях продвижения своих продукции или услуг. И как раз помочь им в этом могут инновационные стратегии в маркетинге.

Интернет-маркетинг - это свежий и актуальный подход к продвижению компаний на рынок, который набирает огромные обороты в условиях быстро развивающихся информационных технологий. Он помогает набрать свою клиентскую базу или найти своих покупателей.¹

Рассмотрим основные способ продвижения бизнеса в Интернет, это: наличие сайта, контекстная реклама, реклама в социальных сетях, создание мобильных приложений, Интернет-магазины.

Наиболее распространенным на сегодняшний день самым популярным для продвижения своего дела является создание собственной страницы в интернете, то есть информационного сайта с определенной тематикой, который имеет свой IP-адрес.

Почти у каждой организации есть свой сайт, а если какая-то из них его не имеет, то в большинстве случаев она просто не сможет завоевать доверия клиентов. Любой продвинутый и качественный сайт должен не только знакомить с брендом, товаром или услугой, но и иметь множество других функций, например: выявлять статистику целевой аудитории, иметь контент, интересный для широкой аудитории, быть гибким, то есть ловко подстраиваться под быстро изменяющиеся условия современного рынка. Главная функция сайта - непрерывная обратную связь с его посетителями, которые являются потенциальными клиентами.

Теперь рассмотрим самые распространенные разновидности сайтов.

1. "Визитка" дает только главные и необходимые сведения о компании, а именно основные контактные данные и небольшой перечень товаров или услуг. Он прост в создании и управлении, и поэтому его разработкой занимается только один веб-дизайнер. Изюминкой такого типа сайтов является их конкретика, которая сразу дает понять посетителям: нуждаются ли они в услугах этой компании или нет.

2. Корпоративный сайт. Для продвижения такой страницы одного веб-дизайнера будет мало, поэтому этим занимается целая команда. Естественно, что по сравнению с предыдущим типом такие сайты находятся на более высоком уровне, имеют больший и усложненный программный код, чаще всего состоят не из одной, а из нескольких баз данных, по времени дольше создаются и, конечно, нуждаются в бесперебойной технической поддержке. Вследствие всех вышеперечисленных факторов их цены намного превышают расценки для сайтов-визиток. Такие сайты, как правило используются, для продвижения различных интернет-магазинов и интернет-каталогов.

3. Лендинг-пейдж. Также используют такое название как целевая страница, которое полностью оправдывает себя, так как этот сайт состоит из одной страницы и разбит на несколько блоков: компания, обратная связь, услуги, контакты. По своей главной цели

схож с "визиткой" - тоже дает только главные и необходимые сведения о компании. Но их отличие заключается в том, что переход на такие страницы осуществляется главным образом из различных социальных сетей, почтовых рассылок и реклам из поисковиков.

Таким образом, компания без собственного сайта обречена на провал, и любой из вышеперечисленных сайтов отлично справится с поиском клиентов или покупателей.²

Также большое распространение имеет контекстная реклама, представляющая из себя рекламный баннер в поисковых системах. Здесь важно первое впечатление, поэтому разумно фильтровать показ баннеров для отдельных людей. Наряду с контекстной, наибольшую популярность набирают видеорекламы. Это связано с огромным количеством видеопорталов. Оба эти вида рекламы в Интернете являются целевыми и всплывают на основании предпочтений пользователя, опираясь на его поисковые запросы и контент, потребляемый им.

По сути, продвигать можно любую продукцию или услугу, только необходимо учитывать индивидуальные вкусы. И для этого не обязательно разрабатывать разные баннеры, достаточно настроить баннер на изменение текста или картинки внутри него.³

Но все же самым эффективным и действенным способом в маркетинге на данный момент является продвижение своей компании через глобальные социальные сети, такие как Instagram, ВКонтакте, Facebook. И это вполне оправданно, так как современный человек большую часть своего времени проводит именно здесь, а значит, что обратная связь будет буквально мгновенной. Существует множество курсов и мастер-классов по продвижению своего бизнеса через социальные сети. Для того, чтобы выбрать в какой из них развивать свой бизнес, необходимо проанализировать на какую аудиторию рассчитывает компания и какие цели она преследует.

Так как человека, живущего в наше время, просто невозможно представить без современного телефона, то вполне естественно, что огромную нишу в маркетинговом интернете занимают мобильные приложения. Да это намного дороже, чем создание сайта, но более удобно в использовании, а также сразу ощущается престиж компании. Такие приложения могут выступать в роли интернет-магазина, интернет-бронирования, интернет-банка. В них легко использовать скидочные купоны и промокоды, а также в них присутствуют другие немаловажные функции.

Экономический упадок и инновационные процессы в маркетинге, достаточно сильно повлияли на потребительский рынок. Для привлечения покупателей предприятия розничной торговли вынуждены были находить новые способы.

В наше время многие розничные магазины создают для себя канал сбыта благодаря организации продаж через Интернет, такие как Sinsey, Эльдорадо. Они предоставляют не только офлайн услуги, но и интернет-магазины. Еще существует множество отдельных интернет-магазинов, такие как, Lamoda, Wildberries, Aliexpress.

Основная задача интернет-торговли заключается в формировании способов реализации процесса купли-продажи через интернет. А его главное превосходство - более низкая цена за приобретаемый товар по сравнению с розничными магазинами.⁴

Таким образом, можно сказать, что интернет-маркетинг набирает наибольшую популярность и является самым эффективным способом распространения рекламы и продвижения своего бизнеса, а также он наиболее оперативный, так как интернет-ресурс позволяет быстро разместить или изменить информацию.

-
- ¹ Божко Е. Глобальная реклама - МаркетингPro. №6, 2007.
² Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR - СПб.: Питер, 2006 - 368 с.
³ Карпова С.В. Инновационная маркетинговая политика российских компаний: Монография - М.: ООО "Эльф ИПР", 2010 - 320 с.
⁴ Назайкин А.Н. Медиапланирование на 100% - М.: Алпина Бизнес Букс, 2008 - 416 с.

WAYS TO PROMOTE YOUR BUSINESS ON THE INTERNET

© 2019 Bersagurova Dinara Sultanbekovna
Student

© 2019 Ishmuratova Regina Andreevna
Student

Samara State University of Economics
E-mail: bersagurova2805@gmail.com

Keywords: Internet-marketing, website, internet-trade, business, online store, social network, contextual advertising, video advertising, company.

This article is devoted to effective ways to promote business on the Internet, which helps companies to get out to a new level and be worthy competitors. The authors considers these figures together, giving them an overall assessment, and describe their impact on potential consumers.

УДК 004.9
Код РИНЦ 20.15.00

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ФИНАНСОВОГО СЕКТОРА РФ

© 2019 Бондаренко Анна Сергеевна*
студент

© 2019 Баринаова Татьяна Алексеевна*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: velvet.ann@mail.ru, barinova.tatyana.01@bk.ru

Ключевые слова: цифровизация, финансовый сектор, Big Data, мобильные технологии, искусственный интеллект, робо-эдвайзинг, алготрейдинг, краудфандинг, облачные технологии, биометрия, роботизация.

* Научный руководитель - **Ефимова Татьяна Борисовна**, кандидат экономических наук, доцент.
20