

- рекламные интернет-ресурсы бренда, товара;
- реклама на страницах интернет-магазина;
- продакт-плейсмент в онлайн играх - интеграция рекламируемого продукта или бренда в игровой процесс;
- рассылки подписчикам с помощью e-mail, rss, новостные рассылки, рассылка пресс-релизов;
- площадки социальных медиа (SMM);
- реклама в тематических каталогах;
- интернет-реклама на страницах тематических интернет-ресурсов;
- контекстная реклама в поисковых системах (SEA);
- реклама в блогах и на форумах;

Интернет-реклама, помимо основной задачи – показать рекламное сообщение посетителям интернет-ресурса, как правило, позволяет посетителю продолжить коммуникацию с рекламодателем и объектом рекламирования, при щелчке кнопки мышки, при на выделенном на рекламное объявление курсору посетитель переходит на интернет-ресурс рекламодателя или другую страницу сайта, содержащую развернутую информацию об объекте рекламирования или рекламодателе.

В этом заключается основное отличие интернет-рекламы от всех остальных видов традиционных рекламных носителей и способов рекламирования.

Список использованных источников:

1. <http://www.market.ru>. Записки маркетолога.
2. TM DUKAN. Turkmen market.

РОЛЬ ВИДЕОУРОКОВ В РАЗВИТИИ ОБРАЗОВАНИЯ

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Климович А.И.

Шкор О.Н. – м. эк. н., д. ф. в эк.

В настоящее время все большая часть образовательного процесса переносится на удаленный формат, обеспечивая доступными знаниями из различных сфер большему количеству людей. Информационные технологии широко используются в образовании, однако применение видеоуроков в современном обучении есть далеко не во всех государственных учреждениях. Одними из главных преимуществ использования видеоуроков являются наглядность в изучении материала и значительная экономия времени во время занятия с учащимися.

Видеоурок – современный и удобный способ донесения новой информации до обучающегося. Видеоурок – это ничем не хуже, чем занятия с преподавателем, их эффективность вполне можно сравнить с эффективностью дорогостоящего обучения в учебных центрах. Благодаря видеоуроку мы одновременно используем и зрительную, и звуковую память.

Такая подача материала позволят повысить ученику свой уровень образования в несколько раз быстрее, чем любая книга или самоучитель, а для того, что бы использовать данную технологию необходимо только Интернет.

Развитию влияния видеоуроков помогают такие образовательные платформы, как Coursera, Университет, Codecademy, Khan Academy и многие другие. Именно они делают доступнее образование в различных сферах благодаря помощи лидирующих ВУЗов и их преподавателей. Подобные сайты рассчитаны на слушателей разных уровней подготовки — как на новичков, так и на опытных специалистов. Самые популярные массовые онлайн-курсы собирают сотни тысяч студентов.

Основные преимущества в использовании видеоуроков:

- 1) Дистанционность. Позволяет проводить занятия в любое время и в любом месте, подходящем для ученика.
- 2) Массовость. Видеоурок будет почти одинаково полезен и удобен для восприятия как одному ученику, так и целой группе.
- 3) Наглядность. Обучение, например, новому программному средству значительно легче при помощи захвата видео с экрана.
- 4) Самостоятельность. При просмотре видео ученик имеет возможность больше сосредоточиться на предмете изучения, чем на лекции в шумной аудитории.
- 5) Экономия времени и четкая формулировка. Время занятия не тратится на поиск хорошего примера или иных данных, т.к. все подготовлено заранее. Также студент может просмотреть видео еще раз через некоторое время, чтобы освежить знания и не просить преподавателя повторить материал.
- 6) Разнообразие в подаче материала. Важно, чтобы учебный процесс проходил интересно и всегда держал внимание учащихся, тогда он будет эффективен.
- 7) Более углубленный процесс обучения. Видеоуроки могут записать различные профессионалы в своей нише, что расширяет кругозор и дифференцирует знания.
- 8) Вечность. Знания по математике, физике, биологии, химии и других наук всегда будут актуальны для всех поколений.

Для создания видеоурока необходимо наличие специальных программ для захвата видео с экрана (UV ScreenCamera, Camtasia Studio и др.) или камера, профессионал в области, являющейся темой уро-

ка, примитивная программа для монтажа, Adobe Photoshop или Paint для записи формул/решения задач.

В формате видео материал воспринимается не так, как при живой лекции. Исследования таких MOOC-платформ, как edX, показывают, что эффективность видео длительностью более 6 минут резко падает. Поэтому лучше всего будут усваиваться ролики, длина которых не превышает 6-8 минут. Если же тема слишком объемна, следует разделить видео на фрагменты, давать пояснения или отвечать на вопросы в перерыве. Разнообразить процесс подачи материала можно с помощью мини-тестов из 3-5 вопросов после темы, для повторения изученного.

Популярным подходом к обучению на Западе стала методика перевернутого класса. Перевернутое обучение (flipped learning) — это форма смешанного обучения, которая позволяет «перевернуть» обучение следующим образом: вместо домашнего задания учащиеся смотрят короткие видео-лекции в сети — самостоятельное проходят теоретический материал, — а всё аудиторное время, когда учитель или преподаватель рядом, используется для совместного выполнения практических заданий. Эта модель была разработана в 2007 году Джонатаном Бергманом и Аароном Сэмсом.

Значительное отличие «перевернутого класса» заключается в том, что на урок дети приходят подготовленными и уже имеют представление о теме урока. Однако остаются открытыми некоторые вопросы. Как, например, поступать с детьми, у которых нет компьютера или выхода в Интернет? Или как сделать видеоконтент, который с большой вероятностью привлечет бы учеников?

В результате следует отметить, что использование видеоуроков в процессе обучения определенно помогает в развитии образования. На сегодняшний день существуют тысячи видеоуроков, поэтому стоит правильно подходить к выбору содержания видео и его длине, чтобы получить максимально положительный эффект.

Список использованных источников:

1. Sal Khan, Let's use video to reinvent education, March 2011, TED 2011 [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: http://www.ted.com/talks/salman_khan_let_s_use_video_to_reinvent_education
2. Flipped classroom, Wikipedia [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: https://en.wikipedia.org/wiki/Flipped_classroom
3. Tadej Stanic, Why you should add video to your teaching, March 2014 [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <https://blog.edynco.com/instructional-design/why-you-should-add-video-to-your-teaching/>

РАЗВИТИЕ ФРАНЧАЙЗИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Екименко Е.Н., магистрант

Палицын В.А. – к.э.н, доцент, профессор кафедры экономики

В настоящее время, франчайзинг – это наиболее эффективный инструмент для быстрого развития бизнеса, который позволяет в короткий срок с меньшими рисками и затратами, без потерь расширить свою сеть, а так же является одним из способов выхода на внешние рынки.

Франчайзинг представляет собой форму длительного делового сотрудничества, в процессе которого одна компания – франчайзер (правообладатель) предоставляет другой компании – франчайзи (пользователю) лицензию (франшизу) на ведение деятельности под именем правообладателя на ограниченной территории на срок и условиях, определенных договором.

Франчайзинговая модель выгодна всем её участникам. Для компаний франчайзинг - это способ распространения, мультипликации и тиражирования бизнеса. Для предпринимателей - это один из самых простых способов стать владельцем бизнеса, получив проверенную бизнес-модель, которая позволит с минимальными рисками начать собственное дело. Выгоден франчайзинг и государству, поскольку гарантирует организации новые рабочие места, а так же является эффективным инструментом развития предпринимательства, который может обеспечить динамичный рост частного сектора экономики Республики Беларусь.

На сегодняшний день франчайзинг активно внедряется в отечественную экономику, но до сих пор в белорусском законодательстве отсутствует стандартизированный термин "франчайзинг", что создает преграды для развития признанной во всем мире бизнес-технологии. Ещё одной проблемой развитие франчайзинга является отсутствие у предпринимателей информации о преимуществах ведения бизнеса посредством франчайзинга. Для решения данной проблемы в 2011 году была создана Ассоциация франчайзеров и франчайзи «Белфранчайзинг» для популяризации и развития франчайзинга в Беларуси, а также установления единых стандартов отношений франчайзинга, защищающих права и интересы участников этого рынка.

На белорусском рынке за последний год появилось довольно много иностранных франшиз. При этом франчайзинговую модель начинают осваивать и крупные белорусские производители. В таблице 1 приведён сравнительный анализ рынка франшизы в РБ и в России.

Таблица 1 - Сравнительный анализ рынков франшизы