

мость сообщения в Telegram составляет 60-70% от подписчиков канала и достигается примерно за одну неделю (в сообществах ВКонтакте эта цифра равна 5%).

Прежде всего необходимо знать, что на сервисе нет и не будет отображаться реклама. Эта официальная политика создателей привлекла много пользователей из других подобных систем.

Для продвижения можно создать канал (channel) в Telegram. Это даст возможность отправлять сообщения, которые увидят все подписчики канала. Каналы – простой способ взаимодействовать с большой аудиторией. Только администраторы могут управлять каналом, все публикации осуществляются от имени канала.

Также можно использовать стикеры (stickers). Брендированные стикеры позволяют придать каналу уникальность и сделать его более интересным для подписчиков. Это хороший способ повысить узнаваемость марки. В отличие от других сервисов, стикеры добавляются бесплатно.

Особого внимания заслуживают боты (bots). Боты в Telegram – это аккаунты, управляемые программой, а не человеком. Этот инструмент требует наличие некоторые навыков программирования от маркетолога. Бот значительно расширит возможности канала компании в получении информации, решении проблем и т.д. Bot API в Telegram даёт череду уникальных функций:

– создание персонализированных уведомлений и новостей (бот может быть «умной газетой», которая отправляет соответствующий контент, как только он будет опубликован);

– интеграция с другими сервисами (в чаты Telegram бот может добавлять контент из других сервисов);

– создание собственных инструментов (например, оповещения, прогнозы погоды, переводы на другие языки, форматирование и др.);

– создание однопользовательских и многопользовательских игр (от простых аркад и головоломок до 3D-шутеров и стратегий в реальном времени);

– создание социальных сервисов и другое (бот может помочь людям найти друг друга, исходя из их общих интересов). [3]

Внедрение ботов может значительно уменьшить число человеческих ошибок и позволить компании избавиться от необходимости нанимать дополнительных менеджеров, маркетологов или помощников.

Действенность некоторых способов продвижения с помощью Telegram было опробовано на примере розничной сети магазинов косметики и парфюмерии «КОСМО». Использование вышеперечисленных инструментов дало положительный результат в виде увеличения трафика на сайт компании.

Список использованных источников:

1. telegram.org Analytics - Market Share Stats & Traffic Ranking [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.similarweb.com/website/telegram.org>

2. Telegram Messenger [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://telegram.org/>

3. Bots: An introduction for developers [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://core.telegram.org/bots>

## СОВРЕМЕННОЕ РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ

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

*Рахманов Т.Р*

*Журавлев В.А. – канд. экон. наук, доц.*

Интернет-реклама – это форма неличного представления в сети интернет информации о товарах или услугах. Задача интернет-рекламы убеждать или информировать, оказывать влияния на потребительское поведение и мнение интернет-аудитории. Рекламная деятельность в интернете – это один из инструментов маркетинга, может использоваться в сочетании с рекламой в других видов, а также с такими приемами, как стимулирование сбыта, индивидуальными продажи или налаживанием деловых связей.

Цель интернет-рекламы – увеличение продаж товаров или услуг, как посредством онлайн-продажи – через интернет, так и офлайн-продажи – с использованием традиционных каналов продаж. Вторичные цели интернет-рекламы – достижение взаимоувязанной совокупности следующих результатов:

- формирование и повышение спроса на товары и услуги среди пользователей сети интернет;
- позиционирование товаров и услуг для потребителей – пользователей сети интернет;
- пропаганда в сети интернет потребительских свойств товара;
- продвижение в интернете торговых марок;
- увеличение присутствия на рынке;
- создание каналов параллельного сбыта (параллельного традиционным каналам продаж);
- повышение имиджа фирмы;

В настоящее время активно развиваются методы продвижения своего продукта через социальные сети. Одним из популярных методов продвижения товара в интернете является видео блог в YouTube. Товары или услуги продвигаются в социальных сетях. Эти методы актуальны, поскольку с помощью социальных сетей можно привлечь больше потенциальных клиентов.

Площадки для размещения интернет-рекламы:

- сайты предприятий и организаций;

- 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-