

7. Мультимедийное обучение – Википедия [Электронный ресурс] – Электронные данные. – Режим доступа : http://ru.wikipedia.org/wiki/Мультимедийное_обучение.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА

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

Трухан В. О.

Осипович В. С. – к. т. н., доцент

В настоящее время огромное количество людей числится в рядах зарегистрированных пользователей различных социальных сетей. Для рекламодателей подобный контингент является огромной аудиторией, ожидающей информации о новых товарах и услугах. При этом социальные сети, стремясь заработать, с удовольствием предоставляют соответствующие инструменты.

Заказывая рекламу в социальных сетях, интернет-магазины рассчитывают не столько на повышение краткосрочных продаж, а на создание сообщества потребителей. Под этим сообществом понимается лояльная аудитория, которая не только бесплатно рекламирует продукцию именно вашего интернет-магазина, но и активно сами их покупают. Современные сообщества в социальных сетях предоставляют множество действительно полезных советов по приобретению и дальнейшему использованию товаров. При этом мало кто знает о том, что авторами подобной информации в большинстве случаев являются сотрудниками интернет-магазинов либо рекламных агентств.

Помимо этого, социальные сети являются идеальным инструментом для таких рекламных задач, как позиционирование бренда и имиджевая реклама, которые требуют на свое проведение довольно много времени. Но такое использование социальных сетей больше интересует производителей, чем продавцов.

Как правило, все участники социальных сетей стараются найти собеседников по общим интересам. И многие из них, являясь, по сути, потребителями, планируют приобрести товары, относящиеся к определенной категории. Для интернет-магазинов такие тематические сообщества предоставляют возможность решить задачу по продаже тех товаров, которые интересны аудитории этих сообществ по интересам.

Прежде всего, чем стоит воспользоваться – это продвижение на уже созданных в социальных сетях площадках – сообществах, тематических группах и форумах. Данный способ отличается высокой эффективностью до тех пор, пока заказчик финансирует это.

Второй способ предполагает создание своего собственного сообщества для интернет-магазина, где точно также можно продавать товар. Этот способ рекламного продвижения связан со значительными трудностями. При этом никто не даст гарантии в успехе этой затеи. Кроме того, собственное сообщество предполагает поддержание довольно высокой активности, для чего от сотрудников интернет-магазина потребуются дополнительные усилия. Поэтому многие интернет-магазины поступают проще – нанимают для этих целей рекламное агентство.

Что касается продвижения в социальных сетях собственного бренда, то это требует большого количества времени и желания, которого у многих компаний просто нет. Поэтому продвижением в социальных сетях брендов занимаются в основном крупные компании-производители, которые заинтересованы не столько в поддержании продаж на высоком уровне, сколько в необходимости постоянного напоминания о себе потребителям.

Трудности и способы их преодоления при создании сообществ

Самое сложное, с чем приходится сталкиваться при создании сообщества – наполнение его живым общением, которому присуще постоянное обновление, создание новых тем для обсуждения, добавление фото-, и видеоконтента.

Для решения этой задачи очень важно правильно подобрать концепцию сообщества, где рекламная составляющая не должна быть главной. При этом нужно верно выбрать время для проведения мероприятий по активизации и скрепления всех участников сообщества. При этом на все это может потребоваться не один месяц, поскольку связь между участниками укрепляется по мере общения друг с другом.

Кроме того, зачастую между исполнителем и заказчиком могут возникнуть различные сложности. Как правило, заказчик заинтересован в быстром получении результата, который в реальности практически недостижим, даже при большом объеме затраченных средств.

Еще одной фактором непонимания является нежелание заказчика участвовать в проекте, поскольку сообщество мало просто создать, необходимо участвовать в его жизни, общаясь с его участниками.

Также многие заказчики отрицательно относятся к тестированию активностей, не понимая, что это помогает более точно определить тот вид рекламы продвигаемого товара, который окажется наиболее эффективным.

Выводы

Социальные сети позволяют провести эффективное рекламное продвижение даже тех товаров, спрос на которые может быть сезонным либо узко специфичным. Что касается сезонных товаров, то первое, с чего следует начать – это отслеживание новых тем в сообществах, посвященных этой тематике, а также участие в их работе. Узко специфичные товары такие, как свадебные платья и аксессуары следует продвигать при помощи региональных площадок и женских сообществ, участники которых вот-вот вступят в брак. На современном этапе своего развития социальные сети представляют собой очень эффективный инструмент для продвижения практически любого товара.

Список использованных источников:

1. Ларри Вебер Эффективный маркетинг в Интернете. Социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети. – Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 320 с.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТЕХНИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ СПОРТСМЕНОВ В ПУЛЕВОЙ СТРЕЛЬБЕ

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

Пивоваров А. Ю.

Осипович В. С. - к. т. н., доцент

Актуальность работы обусловлена необходимостью улучшения технической подготовки спортсменов в стрелковом спорте, постоянно растущий уровень результатов вынуждает искать новые пути совершенствовании навыков стрельбы. В нашей стране за годы развития и совершенствования информационных и технических средств подготовка спортсменов не изменилась, в тренировках, спортсмены используют экипировку и зарубежные технические средства. Электронные мишени, датчики прицеливания и др. Зарубежные аналоги регистрируют лишь отдельные составляющие выполнения выстрела. Фирма SIUS ASCOR производит электронные мишени. Принцип их работы основан на измерении расстояния от места попадания пули в измерительную рамку (мишень) с помощью распространяющихся звуковых волн от места удара, до микрофонов [1]. Тренажеры СКАТТ - обеспечивают отображения на экране монитора место прицеливания. Для работы с тренажером, стрелок закрепляет на оружии датчик, который следит за перемещением оружия относительно мишени и на мониторе отображается в какую точку на мишени спортсмен целится в данный момент[2].

Целью работы является создание тренажера позволяющего обеспечить помощь тренерам в подготовке высококлассных стрелков. Разработка комплексного измерительного прибора для выявления ошибок в технике стрельбы, подготовке спортсменов к ответственным стартам, мониторинга уровня подготовленности стрелка. Для достижения поставленных задач тренажер должен:

1. Оценивать достоинство пробоины
2. Следить за точностью прицеливания спортсмена
3. Следить за устойчивостью спортсмена
4. Анализировать полученные результаты

Для успешного выполнения выстрела, стрелку необходимо следить за своей изготвкой, выполнить точное прицеливание, нажим на спусковой крючок. В идеале произвести выстрел между ударами сердца.

Описав задачи тренажера и технику правильного выстрела, можно разделить его на функционально самостоятельные звенья: электронная мишень, датчик прицеливания, датчик нажима на спусковой крючок, датчики устойчивости стрелка в системе стрелок-оружие, датчики измерения физиологических показателей и компьютер с программным обеспечением для получения данных от измерительных приборов.

Электронная мишень представляет собой измерительную рамку, на которой сверху и сбоку располагаются ИК диоды, напротив располагаются светочувствительные элементы. Принцип определения координат основан на улавливании тени на светочувствительных элементах в момент прохождения пули между светодиодами и датчиками. После этого информация о выстреле передается на главный компьютер, сервер.

Второе – ИК датчик прицеливания. ИК диод крепится на оружие и светит в сторону фотодиодов, которые улавливают излучение. Во время нажима на спусковой крючок происходит удар бойка вследствие чего происходит распространения вибрационных волн по оружию, распространения таких волн улавливает акселерометр и передает информацию на компьютер о том что совершен выстрел. Так же акселерометр выполняет функцию определения положения ствола относительно горизонта, определяет "завалы" оружия, меряет угол наклона во время выполнения упражнений по скоростной стрельбе.

Третье - датчик давления на спусковой крючок. Большую роль в выполнении правильного выстрела играет правильный нажим на спусковой крючок. Здесь важна скорость нажатия, и измерение приложенных усилий в конкретный момент выстрела.

Четвертое - датчики измерения положения тела стрелка. Малейшее изменение изготвки стрелка в момент выстрела влияют на точность выстрела. Данные измерения должны проводиться при помощи установки на одежду стрелка ультразвуковых датчиков, измеряющих расстояние до контрольной точки. Эта информация передается на компьютер, в котором строится модель по которой можно определить точность исполнения спортсменом данных требований.

Пятое - датчики измерения физиологических параметров стрелка. Необходимость обеспечить правильность дыхания, выявление психической подготовленности спортсмена и другие факторы делают данное звено тренировочного комплекса не менее важным. Измерение пульса, давления, частоты дыхания, моменты времени когда стрелок задерживает дыхание и др.

Кроме помощи на тренировках в оценке пробоин и анализа результата, электронная мишень может обеспечивать оценку пробоин при проведении соревнований.

Список использованных источников:

- [1] Электронные мишени SIUS ASCOR [Электронный ресурс]. <http://www.sius.com/>
- [2] Стрелковые тренажеры СКАТТ [Электронный ресурс]. <http://www.scatt.ru/>
- [3] Стрелковый спорт и методика преподавания 1986 Корх А.Я.