

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ**

ИНСТИТУТ ГУМАНИТАРНЫХ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК



**СОВРЕМЕННАЯ РОССИЯ:
ВЗГЛЯД ДЕЛОВОЙ МОЛОДЕЖИ**

**МАТЕРИАЛЫ
V МЕЖДУНАРОДНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

Часть II

**Санкт-Петербург
2016**

ББК 65.9(2)-56 + 74
УДК 316.334.23 + 37.013

Ответственные за выпуск:

Е. В. Торгунакова, к.э.н., Андронов И. С.

**Современная Россия: взгляд деловой молодежи:
Материалы Международной
научно-практической конференции, часть II
СПб.: Издательство СПбТУиЭ, 2016.**

Сборник содержит материалы V Международной конференции студенческой молодежи «СОВРЕМЕННАЯ РОССИЯ: ВЗГЛЯД ДЕЛОВОЙ МОЛОДЕЖИ», проведенной Институтом гуманитарных и социальных наук Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики 8 декабря 2016 г. На конференции были представлены выступления учащихся вузов и колледжей РФ и других стран в сфере образования, управления персоналом, предпринимательства и туризма.

Редакционная коллегия:

к.э.н. Сланов В. П., к.с.н. Снисаренко С. О.,
к.и.н. Филиппова И. Г., к.ф.н. Ариас А.-М.

© Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, 2016

СОДЕРЖАНИЕ

I. КРУГЛЫЙ СТОЛ «ПРОБЛЕМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА, РЕКЛАМЫ И МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»

Автулов Кирилл. Перспективы выставочной деятельности	5
Антонова Диана. Продвижение товаров и услуг через сеть Интернет	7
Анушичева Елизавета. Современный брендинг и его роль в повышении конкурентоспособности предприятий	9
Басалаева Дарья. Инновации в сфере коммерции	11
Белоусов Егор. Коммерциализация инноваций. Техноброкеры	13
Гаврилюк Анна. Применение современных маркетинговых инструментов в предпринимательстве. Нейромаркетинг	14
Гаффаров Илья. Система мер защиты интеллектуальной собственности	16
Гванцеладзе Нино. Компаративная реклама как инструмент в борьбе за потребителя на телекоммуникационном рынке	19
Гудайтис Александр. Современные логистические технологии в коммерческой сфере	23
Дементьев Виктор. Развитие оптовой торговли в современной России	24
Димова Алена. Национальная платёжная система России	26
Звягинцева Елизавета. Инновации в торговой деятельности	29
Ипатов Вячеслав. Современный брендинг	31
Квитко Игорь. Коммерческая деятельность в сфере транспорта	33
Керимли Гурами. Инновации в торговле	34
Киричек Александр. Бизнес-планирование в России	36
Козлов Дмитрий. Проблемы малого предпринимательства в отечественной экономике и в зарубежной практике	37
Кузьмин Сергей. Продвижение развлекательного контента в сети Интернет с использованием современных маркетинговых инструментов	39
Леошко Анна. Конверсионный маркетинг в некоммерческих организациях на примере «Волонтерской службы»	42
Марущак Филипп. Ключевые факторы обеспечения конкурентоспособности организаций на мировом рынке	43
Майорская Евгения. Электронный бизнес	46
Менькова Валерия. Организация коммерческой деятельности предприятий оптовой торговли на примере фармацевтической компании ООО «БСС»	48
Мушников Павел. Анализ рынка труда Иркутской области	49
Позняков Александр. Современное брендрование	51
Репина Мария. Рекламное агентство полного цикла. Особенности и преимущества	53
Рязанцев Евгений. На пути в профессию	56
Сморыго Александра. Современная реклама	57
Сношкіна Наталия. PR- деятельность в сфере гостиничного бизнеса на примере отеля «Холидей Инн Московские Ворота»	59
Сон Стас. Особенности продвижения бренда в Instagram	65
Тестов Артем. Проблемы современной рекламы	67
Тибейкина Ирина. Проблема продовольственной безопасности торговых предприятий в России	69
Тихов Никита, Трубинов Дмитрий. Коммерциализация инноваций в автомобилестроении	71
Тюленев Егор. Креативный маркетинг	73
Фомичев Вячеслав. Современная реклама	75
Lahlou Zouhair. Public relations and marketing	76

Стоит отметить несколько компонентов рекламного агентства полного цикла, без которых данный вид не мог бы существовать.

Первое – это комплексный подход к процессу производства рекламы. Второе, максимально полный спектр услуг, предоставляемый заказчику. Третьим можно назвать наличие в штате высококвалифицированных специалистов в разных областях. Четвертое – наличие современных исследовательских баз для создания креативных и стратегических концепций.

Рекламное агентство полного цикла – сложная система, предоставляющая максимально полный спектр услуг. Данный вид рекламных агентств активно развивается, реагирует на изменения в рекламном рынке и появление новых тенденций в продвижении продукта, а так же обладает рядом отличительных черт, без которых оно не могло бы позиционировать себя как рекламное агентство полного цикла.

Список литературы:

1. Васильев Г.А., Поляков В.А. Основы рекламы - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – С. 14.
2. Росситер Дж. Р., Перси Л. Реклама и продвижение товаров. СПб.: Питер, 2001.
3. Щепилова Г. Г., Щепилов К. В. Основы рекламы: учебник для бакалавров. - М.: Изд-во Юрайт, 2012. – 521с
4. Виды рекламных агентств. Теория и практика рекламной деятельности. [Электронный ресурс] // Индустрия рекламы. URL: <http://adindustry.ru/doc/1138>
5. Официальный сайт ГПК АСГ. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.acgmedia.ru/>

Рязанцев Евгений,

*СПб ГБПОУ «Автотранспортный и
электрохимический колледж», группа ДН-21.
Научный руководитель: Зубрицкая Н. В.*

НА ПУТИ В ПРОФЕССИЮ

Когда мы были детьми, мы смотрели на окружающих нас людей, и нам было интересно, кто они и кем работают. Со временем мы росли и узнавали множество разных и интересных для нас профессий, мы мечтали стать кем-то! Кто-то мечтал стать космонавтом, кто-то водителем, поваром, парикмахером и т.д. Мы выросли, и перед нами возник выбор жизненного пути, по которому мы будем идти дальше. Так же и передо мной встал этот выбор, и я его сделал, выбрал любимое дело, на которое готов тратить всё своё свободное время. Я выбрал профессию «техника-электрика», направление 08.02.09 «Монтаж, наладка и эксплуатация электрооборудования промышленных и гражданских зданий (базовая подготовка)» [1].

Сама история создания электричества весьма интересна [2]. Электричество шло «бок о бок» с человеком на протяжении столетий. Долгое время таинственные природные явления и взаимодействия тел давали пищу для размышлений философам-материалистам и учёным. А сегодня их «электрическая сила» встала на службу людям. Её эффективное, безопасное использование — заслуга квалифицированных специалистов-электриков. Именно они помогают проводить «волшебный свет» в наши дома, принося в них комфорт и уют.

В наши дни качественный уровень жизни немаловажен без электричества. Достаточно вспомнить о том, что происходит в обессточенных мегаполисах при масштабном отключении электричества. Гаснут компьютеры, останавливаются промышленные предприятия, транспорт, размораживаются холодильники с продуктами, замораживаются стиральные машины, электрообогреватели, электроинструменты, осветительные приборы. При свечах современный человек много не наработает.

Перегоревшую электрическую лампочку в квартире может заменить почти каждый. Для более ответственных работ с электрическими сетями и электрооборудованием лучше

обратиться к квалифицированному специалисту. Техник-электрик точно знает, как избежать опасностей замыкания и возгорания. Благодаря его труду можно пользоваться электроэнергией безопасно и надежно.

Каждый выпускник нашего «Автотранспортного и электрохимического колледжа» по направлению «Монтаж, наладка и эксплуатация электрооборудования промышленных и гражданских зданий» [1] должен знать, как выполнять монтаж силового и осветительного оборудования, электропроводки, кабельных и воздушных линий в соответствии с проектом производства работ, рабочими чертежами, требованиями нормативных документов; организовывать работу по приемке и складированию материалов, конструкций, по рациональному использованию строительных машин, энергетических установок, транспортных средств, технологической оснастки; контролировать технологическую последовательность производства работ, соблюдение требований охраны труда, техники безопасности и защиты окружающей среды; эксплуатировать электрооборудование промышленных и гражданских зданий с учетом энергосберегающих технологий; ремонтировать и устранять неисправности электрооборудования; проводить испытание и наладку электрооборудования; разрабатывать технологическую документацию в соответствии с действующими нормативными документами; читать и выполнять рабочие чертежи электрооборудования, электрических сетей; выполнять технические расчеты по выбору электрооборудования, проводов и кабелей; рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности участка и оценивать их эффективность; использовать информационные технологии в профессиональной деятельности [1].

Благодаря нашим преподавателям, их грамотному методу обучения дисциплин, связанных с моей специальностью, из нас, выпускников «Автотранспортного и электрохимического колледжа», выйдут высококвалифицированные специалисты, которые будут ответственно выполнять свою работу.

Имея желание и терпение, стать электриком не очень сложно. Если воспринимать учебу как работу, делать эту работу хорошо, обязательно станешь хорошим специалистом [3].

Список литературы:

1. <http://atemk.edu.ru/>
2. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Электричество>
3. <http://www.kto-kem.ru/professiya/elektrik/>

Сморыго Александра,

СПбУТУЭ, группа 3041-1/4-4.

Научный руководитель: Торгунакова Е. В., к.э.н.

СОВРЕМЕННАЯ РЕКЛАМА

На сегодняшний день реклама существует даже в самых отдаленных населенных пунктах. Это происходит не просто так: все, кто связаны с бизнесом, заинтересованы в максимальном информировании любых потенциальных клиентов, соответственно растет спрос на рекламу во многих ее проявлениях, в том числе и самых современных.

Предпринимателю важно правильно представить товар или услугу целевой аудитории, рассказать о характеристиках и положительных сторонах, а затем ненавязчиво подтолкнуть человека к покупке. Современные технологии рекламы успешно справляются со всеми этими задачами. Сегодня мир рекламы настолько разнообразен, что его изучение потребует немало времени. Постоянно появляются новые виды, методы и технологии рекламы, старые способы сдают позиции либо продолжают производить положительный эффект и надежно закрепляются на рынке.

минувших времен, если бы не усердная работа небезразличных к своей культуре людей? Нам есть чему поучиться у древних.

Тем актуальнее встает вопрос нехватки профессиональных кадров. А предстоящее слияние профильного Издательско-полиграфического техникума, который вот уже более 85 лет с успехом выпускает специалистов высокого класса в сфере издательского дела и полиграфического производства, с Колледжем строительной индустрии и городского хозяйства только подливает масла в огонь. Что же ждет впереди издательское дело?.. Какого качества книги будут стоять на полках наших магазинов? Что смогут подарить своему читателю детища строителей - недоиздателей? Будет ли это только крепко «сколоченная» оболочка без души, или же чудесный мир, придуманный автором, будет перенесен заботливыми руками издателей-специалистов в наши умы и сердца?.. Ведь как говорил английский писатель У. Теккерей: «Книги просвещают душу, поднимают и укрепляют человека, пробуждают в нем лучшие стремления, острят его ум и смягчают сердце» [1]. Иначе ждет нас история из фельетона А. И. Райкина: «Дом большой, народу много, а поговорить... не с кем».

Список литературы:

1. Афоризмы великих людей: [сайт].
2. URL: <http://www.wisdoms.ru/68.html>
3. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. — М., 2015.
4. Электоральные, политические, социальные и отраслевые исследования, общероссийский опрос. Результаты опросов: [сайт].
5. URL: <https://wciom.ru/>

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ

ИНСТИТУТ ГУМАНИТАРНЫХ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК

СОВРЕМЕННАЯ РОССИЯ: ВЗГЛЯД ДЕЛОВОЙ МОЛОДЕЖИ

МАТЕРИАЛЫ V МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ

Ответственные за выпуск:

Е. В. Торгунакова, к.э.н., И. С. Андронов, научный сотрудник ИГСН

Отпечатано с готового оригинал-макета
в Информационно-издательском центре
Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики
Подписано в печать 20.12.2016. Печать Riso.
Формат 60x84¹/₁₆. Объем 4 усл. печ. л. Тираж 50 экз.
190103, Санкт-Петербург, Лермонтовский пр., д. 44
тел. (812) 575-03-39