

функционал системы интерфейса, а также быть готовым к штудированию всего рынка ERP-систем в поисках подходящей, а затем к еще более сложному процессу - внедрению системы на предприятие.

ЛИТЕРАТУРА

1. Что такое ERP система [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://habr.com/ru/>. – Дата доступа : 28.04.2022.
2. Программа для контроля торговли и автоматизации розничного магазина [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cloudshop.ru/>. – Дата доступа : 28.04.2022.
3. Яковлев, А. В. 1С: Академия ERP. Автоматизация раздельного учета/ А. В. Яковлев – Москва: 1С-Публишинг, 2019 – 332 с.

УДК 33

ПАРТИЗАНСКИЙ МАРКЕТИНГ: ПОНЯТИЕ, ОСОБЕННОСТИ И ВИДЫ

*Л. А. Мурашко, студентка группы 10507220 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель А. В. Смёткина*

Резюме – в статье раскрывается понятие «партизанский маркетинг». Рассмотрены основные особенности и виды партизанского маркетинга, преимущества перед традиционными видами рекламы.

Resume – the article reveals the concept of "guerrilla marketing". The main features and types of guerrilla marketing, advantages over traditional types of advertising are considered.

Введение. Понятие партизанского маркетинга все еще является новым для Беларуси, хотя примеры его первого использования можно отнести к 2010 году. Однако высокая эффективность данного метода идет в совокупности с высокими рисками, что заставляет белорусские компании придерживаться более традиционных методов рекламы. Основными причинами, которые останавливают компании от использования стратегии партизанского менеджмента, являются: неготовность штата организаций к разработке нестандартных творческих стратегий, а также к дальнейшей сложности их внедрения и измерения эффективности результатов [2].

Основная часть. Под партизанским маркетингом понимают направление рекламной деятельности, включающее в себя комплекс мероприятий, которые значительно отличаются от традиционных методов рекламы. Данный метод подходит компаниям, которые только начинают развиваться, или компаниям небольшого размера, которым необходимо соперничать с более крупными. В сочетании с традиционными методами рекламы, партизанский маркетинг может расширить целевую аудиторию и круг покупателей, знакомых с продуктом. Широкоизвестным примером партизанского маркетинга

га является рекламная акция Макдональдса, оформленного в виде продукции компании. Выделить особенности партизанского маркетинга стало возможным за счет широкого распространения за рубежом и тому, что метод используется даже крупными известными компаниями (таблица 1).

Таблица 1 - Основные особенности партизанского маркетинга

Особенности	Характеристики
1 Творческий подход и креативность	Базируется на оригинальной идее, которая является залогом эффективности строящейся вокруг нее стратегии
2 Небольшие вложения финансов	Сущность сформулирована в одной фразе: «Эффективность при минимуме денежных вложений»
3 Психологический анализ целевой аудитории	Требует больших затрат человеческого потенциала и выработки стратегии, с учетом потребности покупателя
4 Отсутствие морально-этических норм	Стратегии являются провокационными и эпатажными
5 Однократность применяемой акции	Наибольшую эффективность приемы и методы имеют лишь «однажды», затем успех утихает и спрос на товары снижается

Источник: разработка автора на основе [1]

К видам партизанского маркетинга относят: эпатажный и провокационный маркетинг, применим в основном для рекламы молодежных товаров; вирусный маркетинг, получивший распространение в сети, часто содержащий в себе приемы «антирекламы»; скрытый маркетинг – рекомендации от популярных блогеров, медийных личностей, упоминания в сериалах и т. д.; фьюжн маркетинг, от английского слова «слияние». Бесплатное продвижение товаров друг друга двумя компаниями смежной отрасли, не конкурирующими между собой; Life Placement – использование промоутеров или отзывов о товаре; Ambient маркетинг подразумевает использование окружающей среды, например, стилизацию остановок, скамеек, парковок и т. д [1].

Заключение. Суть партизанского маркетинга сводится к созданию новых методов рекламы при нестандартном и креативном подходе, основанном на знаниях психологии и способов воздействия на людей. Данный способ имеет огромный потенциал и широкий спектр для дальнейшего развития на основе опыта его применения в Беларуси и более богатого опыта других стран. Наибольшим преимуществом является высокая эффективность с малым количеством финансовых вложений. Партизанский маркетинг – это не просто смелый и экстравагантный тренд, но и многообещающее рекламное направление [2].

ЛИТЕРАТУРА

1. Левинсон, Джей Партизанский маркетинг. Простые способы получения прибыли при малых затратах / Джей Конрад Левинсон; перевод с англ. О. Иванова, А. Мороз. – 3-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер; Эксмо, 2015. – 405 с.
2. Острая, Магдалена Партизаны в сарафанах, или малобюджетный маркетинг. Книга для владельцев бизнеса и гендиректоров. - Accent Graphics communications, 2016. – 270 с.

УДК 658.5

ПРЕИМУЩЕСТВА ВНЕДРЕНИЕ ДИСКАВЕРИ ФАЗЫ

*Е. Д. Налетко, студентка группы 10507218 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук Карнович Н. В.*

Резюме – в данной статье рассматриваются проблемы и необходимость внедрения дискавери фазы в жизненный цикл проекта.

Resume – this article discusses the problems and necessity of introducing the discovery phase into the project life cycle.

Введение. Дискавери фаза представляет собой процесс, в ходе которого собирается и анализируется информация о проекте, такая как целевая аудитория, рынок, бизнес-цели и т. д. Это помогает прояснить цели, ограничения и общий объем проекта [1]. Однако, не все руководители проектов считают дискавери фазу необходимой для своих проектов. А какие преимущества дискавери фазы и чем может быть опасно исключение данной фазы из проекта описано в данной статье.

Основная часть. По статистике примерно 17 % всех проектов оказываются весьма неудачными, что в конечном итоге приводят к краху компании. Также около 45 % проектов в конечном итоге превышают первоначальный бюджет. Для некоторых компаний это может обернуться настоящей катастрофой. Это лишь одна из причин почему дискавери фаза так важна. В начале проекта у всей команды проекта обычно много вопросы и гораздо эффективнее на них ответить на дискавери фазе и не тратить на это время всей команды. Простой способ избежать лишних рисков на начальном этапе проекта – провести этап дискавери. Управление проектом разделено на 5 этапов, которые включают в себя: инициацию, планирование, исполнение, мониторинг и контроль, завершение. Стадия дискавери позволит определить видение цели и масштабы проекта. Рассмотрим подробнее почему фаза дискавери так важна:

1. Помогает владельцам продукта или компании принимать решения на основе изученной информации, а не верить предположениям.

2. Помогает обеспечить ценность для будущих клиентов. Стоит отметить, что это приводит к улучшению пользовательского опыта в целом.