

появление острой проблемы в обществе: вредные привычки, рост заболеваемости СПИДом, экология, коррупция, домашнее насилие и др. Все это сводится к единой цели – привлечь внимание к этим проблемам, повлиять на людей и показать пути решения.

УДК 657.1

ИСТОРИЯ СТАНОВЛЕНИЯ УПРАВЛЕНИЧЕСКОГО УЧЕТА КАК НАУКИ

Манжурцев В.А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Савчук Н.Н.
Белорусский национальный технический университет

В XX веке управленческий учет стал активно развиваться в направлении управления затратами, управления производством и маркетингового учета. Были сформулированы основные принципы управленческого учета, включая понятия центров ответственности, бюджетирования, анализа затрат и другие. История становления управленческого учета как науки насчитывает множество моментов.

Первым этапом стало формирование и развитие концепции стоимостного учета М. Портерон, который предложил систематизировать данные о затратах и доходах предприятия. В XX веке управленческий учет стал активно развиваться в направлении управления затратами, производством и маркетингового учета. В этот период были сформулированы основные принципы управленческого учета.

С развитием промышленности и индустриализации в XIX веке, управленческий учет достиг нового уровня значимости. В последствии стали формироваться различные школы мышления в области управленческого учета. Классическая школа, представленная исследователями, такими как Хорас Хоу, Бернард Брайтвайт и другими, ориентировалась на разработку стандартов и нормативов, включая бюджетирование и стандартные затраты. Системная школа, основанная на работе Роберта Энтнона, интересовалась разработкой более гибких подходов к учету и анализу, учитывающих сложность и неопределенность в управленческих процессах.

Признание управленческого учета как самостоятельного вида бухгалтерского учета произошло в 1972 году. Современные школы управленческого учета, такие как стратегический учет и учет операций, стремятся привлекать больше внимания к стратегическому планированию и использованию новых технологий в информационной обработке.

Понимание исторического развития управленческого учета помогает понять его сущность и установить основные тенденции развития в будущем. Глобализация, технологические инновации и изменение социальных ожиданий, предоставляют новые возможности для дальнейшего развития управленческого учета как науки.

УДК 659.1

ДОСТУП К ЦИФРОВЫМ И СОЦИАЛЬНЫМ МЕДИА: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ И ВЫЗОВЫ ДЛЯ РЕКЛАМНОЙ ИНДУСТРИИ

Манжурцев В.А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Семашко Ю.В.
Белорусский национальный технический университет

С развитием интернета и технологий появился широкий доступ к цифровым и социальным медиа, что привело к значительным изменениям в рекламной индустрии. Новые возможности и вызовы, предоставляемые цифровыми и социальными медиа, требуют от компаний изменять свои рекламные стратегии и подходы. В данной научной работе рассмотрены ключевые аспекты доступа к цифровым и социальным медиа и его влияние на рекламную индустрию.

Последними тенденциями цифровых и социальных медиа являются:

- постоянный рост количества активных пользователей социальных сетей и мессенджеров;
- увеличение времени, проводимого людьми в онлайн-пространстве; преобладание мобильного доступа к интернету и социальным медиа.

С развитием социальных сетей у рекламной индустрии появились новые инструменты. Точный таргетинг, персонализированная реклама, возможность измерения и аналитики результатов рекламных кампаний в режиме реального времени вошли в обиход инструментов работников сферы с середины десятых годов и до сих пор активно используются.

Но вместе с этим перед индустрией рекламы появились новые преграды. Информационная перегрузка внимания пользователей – настоящий вызов для конкурентов-рекламодателей. Если гипертонус внимания у зрителей будут рассматривать другие науки, повышенное соперничество в привлечении охватов можно отметить уже сейчас.

Рост блокировщиков рекламы и необходимость разработки ненавязчивых форматов банально больше усложняют работу для отрасли. Пользователи все больше нуждаются в защите частной жизни и обеспечении этики в цифровой рекламе.