

Секция
«МЕНЕДЖМЕНТ»

УДК 651.01

АУДИООФОРМЛЕНИЕ МАГАЗИНА

Беденко Е.А., БНТУ

руководитель: ст. преподаватель Унукович И.В.

Аудиобрэндинг — инструмент звуковой (аудиальной) маркетинговой поддержки брэнда. Это один из самых эффективных методов продвижения, который основывается на способности человека слышать и слушать. Важность аудиобрэндинга обусловлена тем, что около 20 процентов людей имеют аудиальный тип восприятия информации.

На Западе механизмы влияния музыки, звучащей в торговых залах, на покупательную способность посетителей привлекли к себе внимание давно и стали широко использоваться маркетологами и менеджерами продаж крупнейших супермаркетов. В Беларусь же подобные технологии влияние на покупателя пришли совсем недавно.

Музыка и звуки напрямую влияют на подсознание человека, формируя у него определенное настроение и определяя его поведение. Поэтому правильно подобранная музыка в магазине способна создать благоприятную атмосферу для покупателя, стимулируя его, тем самым, быть в магазине дольше и покупать больше.

Аудиооформление магазина – один из залогов успеха бизнеса розничной торговли. Музыка влияет на настроение и эмоциональное состояние покупателей и, тем самым, существенно определяет потребительское поведение.

Чтобы музыка действительно оказывала влияние на покупателя, для каждого магазина она должна подбираться индивидуально, с учетом его аудитории, специфики предлагаемого товара и других факторов.

Каждый магазин имеет свой стиль. И музыкальное оформление подчеркивает его, создает настроение и комфортную атмосферу для

покупателей. Именно поэтому озвучиванию магазинов следует уделять много внимания.

Такая забота о покупателях вполне оправданна, ведь именно от них зависит Ваша прибыль!

УДК 330.4

**МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ В ЭКОНОМИКЕ:
СПОСОБ КВАНТИФИКАЦИИ ИЛИ ОСНОВА
ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ**

Болточко А.И., БНТУ

руководитель: ст. преподаватель Сташевская Л.А.

Экономика – наука о человеческой деятельности. На сегодняшний день это определение игнорируется в силу развития формализма на просторах экономических исследований. *Ipsa facto* перед нами стоит серьезная задача понять является ли математическое моделирование в экономике основой для проведения экономических реформ, или это всего лишь способ квантификации. Основная задача экономической науки – понимание реальных экономических процессов и разработка мер экономической политики. В тоже время культ математики привел к преувеличению значения формы в ущерб содержанию. Основные проблемы, которые мы выделили при изучении данной темы следующие: математический анализ, основывающийся на ограниченности, уводит от реальных экономических проблем в сторону интеллектуальных головоломок; процесс упрощений, используемы при анализе, только искажает характеристики объекта исследования; в случаях несоответствия реальных фактов фактам научной модели, используются разного рода уловки, называемые «парадоксами» или «загадками».

Карл Поппер утверждал что «если ты не можешь что-либо опровергнуть, то как ты можешь доказать, что это верно?». В итоге мы приходим к выводу, что «математическая плита», которая ложиться в основание методологий анализа многих уважаемых экономических агентств, может привести к неистинному определению направления движения национальных экономик.