

фильтры механической очистки фирмы CULLIGAN, где происходит фильтрование и удаление загрязнителей; центробежные насосы UNIBLOCK-GF-PM для подачи воды в бассейн; насосы моноблочного типа KSB Etabloc.

Разрабатываемая система водоподготовки должна состоять из следующих составных частей:

- механический фильтр;
- сорбционный фильтр;
- обеззараживающее оборудование;
- установка для регулировки кислотно-щелочного баланса (рН);
- оборудование для нагрева воды;

Вода проходит непрерывный цикл циркуляции. Рекомендуемая очередность установки устройств следующая:

1. Из бассейна вода подаётся на насосную станцию, обеспечивающую циркуляцию.

2. Пункт механической очистки от крупных посторонних предметов, твёрдых частиц, мусора.

3. Фильтровальные установки, очищающие воду от взвесей, органических частиц.

4. Обеззараживание. Используются озонаторы или хлорирование воды. Оптимальным считается совместное применение обоих методов, дополняющих друг друга и дающих в результате максимальную эффективность.

Функциональные возможности данной системы следующие:

– способность обеспечить необходимую производительность и качество работы;

– надёжность, отсутствие сбоев или отказов;

– экономное энергопотребление;

– простота в обслуживании и монтаже оборудования, высокая ремонтно-пригодность.

УДК 388.45

ВИДЫ И ЗАДАЧИ СПОНСОРСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ. СПОНСОРСКИЙ ПАКЕТ

Студент гр. 11902116 Бочко Е. А.

Ст. преподаватель Третьякова Е. С.

Белорусский национальный технический университет

Проводя какие-либо мероприятия, особенно без опыта работы, организаторам приходится искать дополнительные возможности финансирования, ведь дополнительные средства поднимают организаторские возможности на

новый уровень, позволяют воплотить даже самые глобальные и амбициозные выдумки. На помощь приходят спонсоры. Этапы планирования мероприятий, требующих финансирования сторонних организаций: переговоры со спонсором о принципиальной заинтересованности в мероприятии; подготовка письма к спонсору с предложением принять участие в проекте. В документе требуются опорные цифры, план рекламы для спонсора, ориентировочная программа, организаторы и основные цели проекта в контексте привлечения спонсора. После получения общей информации сотрудники готовят вопросы для составления спонсорского письма. После этого этапа все остальные будут распланированы, исходя из полученных сведений. Они включают в себя инфоподготовку и создание остальных документов спонсорского пакета. Спонсор – физическое или юридическое лицо, оказывающее финансовую поддержку чему-либо в обмен на рекламу своей деятельности. Виды спонсоров можно разделить на 3 группы:

1. Информационный спонсор – это СМИ, задачей которых является оказания информационной поддержки, т. е. размещении информационных материалов, рекламы через ТВ, радио и др.

2. Спонсор. Он в свою очередь подразделяется на:

- титульный спонсор – стоимость спонсорского пакета составляет 100 % стоимости затрат на проведение пакета;

- генеральный спонсор – стоимость спонсорского пакета составляет 50 %;

- официальный спонсор – стоимость спонсорского пакета составляет 25 %;

- спонсор-участник – стоимость спонсорского пакета составляет 5–10 %.

3. Партнер – кроме финансовой помощи берет на себя часть обязанностей организаторов.

Спонсорство – это привлечение средств компании-спонсора к какому-либо проекту с целью достижения нужного рекламного эффекта.

Спонсорский пакет – это полный набор юридических, финансовых, нормативных, программных, творческих документов, включая описание самого проекта и его определение для целевой группы.

УДК 388.45

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

Студент гр. 11902116 Бричкова Ю. Н.

Ст. преподаватель Третьякова Е. С.

Белорусский национальный технический университет

Маркетинговые исследования – это сбор, обработка и всесторонний анализ данных и сведений, относящихся к рыночной ситуации для выбора эффективной стратегии, продвижения товаров на рынке, получения желаемого потребителем, улучшение качества работы предприятия.